



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação Social

Comunicação Organizacional

Professor Orientador: Janara Sousa

**Cachear e Encrespar: moda ou resistência?**  
**Um estudo sobre a construção identitária do cabelo**  
**afrodescendente em *blogs*.**

Édila Maria dos Santos Matos

Brasília - DF, novembro de 2015.



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação Social

Comunicação Organizacional

Professor Orientador: Janara Sousa

**Cachear e Encrespar: moda ou resistência?**  
**Um estudo sobre a construção identitária do cabelo**  
**afrodescendente em *blogs*.**

Édila Maria dos Santos Matos

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Brasília - DF, novembro de 2015.



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação Social

Comunicação Organizacional

Professor Orientador: Janara Sousa

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Aprovado pela Banca Examinadora em novembro de 2015.

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Janara Sousa

Orientadora – FAC/UnB

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Elen Cristina Gerales

FAC/UnB

---

Prof<sup>a</sup>. Lucimar Sampaio

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ellis Regina Araújo da Silva

Suplente - FAC/UnB

Dedico este trabalho a minha mãe Valdenisse, a minha irmã Nathália e a minha prima Karina que sempre me apoiaram a soltar meus cachos. Também dedico a todas as pessoas que aceitaram o seu cabelo afrodescendente.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Santíssima Trindade, Pai, Filho e Espírito Santo, pelo dom da vida, por iluminar meus caminhos e por me conceder sabedoria e discernimento. Agradeço à Nossa Senhora, minha mãe do céu e protetora. A minha mãe, Valdenisse, que sempre me incentivou a ir atrás dos meus sonhos e auxiliou na minha entrada a universidade. Ao meu pai, Pedro, pelo apoio e paciência. Aos meus irmãos, Nathália e Paulo Henrique, que são preciosos para mim.

À minha orientadora, professora Janara Sousa, que me acompanhou durante esses quatro anos de curso e me conduziu na produção deste trabalho de forma intensa, crítica, paciente e apaixonante. “Mana, você arrasa muito!” Aos professores Elen Geraldês, Samuel Lima e Gabriela Pereira que foram bastante dedicados e me inspiraram a ser mais criativa. Às colegas de classe, Anna Albernaz, Carolina Garcia, Camila Cardoso e Laísa Guedes, que me incentivaram a decidir pelo tema deste trabalho. À geração “Los Hermanos” e aos outros membros da Facto – Agência de Comunicação por me proporcionarem acolhimento, amizade, diversão, profissionalismo e engajamento. À Rosa Helena, secretária da Faculdade de Comunicação e grande exemplo de transição capilar, por sua assistência nas matérias e nos documentos durante todo o curso. Às minhas veteranas, Gabriela Oliveira e Tawana Costa, por terem sido tão prestativas e por compartilharem comigo excelentes informações.

Aos meus amigos maravilhosos do grupo da “Farofa”, Susanne Melo, Lucas Luano, Melissa Silva, Karina Ferreira, Juliana Perissê e às minhas cacheadas preferidas, Nathaly Souza, Karina Lisboa e Thaís Alves, pela motivação, auxílio na produção do trabalho, companhia e por oferecerem afeto. Ao Pe. Raphael Sabóia com sua frase: “Você vai conseguir, vai dar certo!”. Aos demais colegas que se preocuparam comigo durante esse tempo ou se lembraram de mim quando enviavam exemplos da Internet.

Meus sinceros agradecimentos,

Édila Maria.

*“Conta pra menina que pra ser bonita, tem que alisar o cabelo e passar a tal da química. Essa tal da química que é perigosa, causa na pretinha uma ferida cabulosa (...). Por isso eu aviso, não alise seu cabelo, deixei ele natural, que é muito mais bonito e melhora o visual”.*

(MC SOFFIA – DE ONDE EU VIM)

## RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo explorar de que forma a identidade do cabelo afrodescendente é construída em *blogs* da Internet. Com o advento das mídias sociais, que permitem a rápida interação entre usuários e a exposição de ideias, indivíduos e grupos do movimento negro se inseriram nesse meio virtual para discutir o racismo e buscar a valorização da beleza africana. Na construção de um cenário propício ao entendimento do objeto, apresenta-se o contexto histórico/social do afro-brasileiro com a influência do ideal de embranquecimento racial, e seus desdobramentos na compreensão do cabelo crespo/cacheado. Além disso, analisa-se como é representado o negro e seu cabelo na mídia, com a menção de exemplos na telenovela, jornalismo e publicidade. Em associação com a pesquisa bibliográfica, fez-se o uso da análise de conteúdo, como procedimento metodológico, a partir do estudo de 62 postagens de 04 *blogs* voltados para discussão da temática negra. Os achados dessa investigação apontaram que mulheres negras inspiram e são inspiradas a assumirem seus cabelos e essa ação é profundamente ligada ao viés político, já que os temas que emergem daí promovem a aceitação da identidade e a representatividade negra, e questionam o racismo e o embranquecimento.

**Palavras-chave:** Identidade, Negro, Cabelo Crespo e Cacheado, Mídia, *Blogs*.

## LISTRA DE ILUSTRAÇÕES

### Figuras

Figura 1 - Registros fotográficos dos indivíduos da “raça pura”, por Louis Agassiz	15
Figura 2 - Peça publicitária da marca TRESsemé com Rayza Nicácio, em abril de 2015	40
Figura 3 – Peça publicitária da marca TRESsemé com Gill Viana, em abril de 2015	40
Figura 4 - Apresentação do <i>blog</i> Blogueiras Negras	56
Figura 5 – Apresentação do <i>blog</i> Meninas Black Power	60
Figura 6 – Apresentação do <i>blog</i> Cacheia.com	65
Figura 7 - Apresentação da aba +Categorias	65
Figura 8 - Apresentação dos anúncios no <i>blog</i> Cacheia.com	67
Figura 9 – Apresentação do <i>blog</i> Meu cabelo crespo é amor	71
Figura 10 – Apresentação dos selos do projeto “Meu cabelo crespo é amor”	72

### Quadros

Quadro 1- Apresentação dos <i>blogs</i> selecionados para pesquisa	48
Quadro 2- Elucidação das condições da Pré-Análise	50
Quadro 3- Definição das categorias de classificação	51
Quadro 4- Distribuição das postagens analisadas de cada <i>blog</i>	54
Quadro 5- Distribuição das autoras de cada <i>blog</i>	54



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1. O NEGRO NO BRASIL E A FORMAÇÃO DA SUA IDENTIDADE.....</b>	<b>13</b>
1.1 A colonização, a chegada e a representação do negro no país .....	13
1.2 Os conceitos de raça, miscigenação e embranquecimento no Brasil .....	16
1.3 O cabelo crespo/cacheado como símbolo identitário negro e o conflito na questão do embranquecimento.....	19
<b>2. A REPRESENTAÇÃO DO NEGRO BRASILEIRO SOB O PONTO DE VISTA DAS MÍDIAS TRADICIONAL E VIRTUAL .....</b>	<b>24</b>
2.1 A mídia e o ideal de branqueamento .....	24
2.2 O papel do negro na teledramaturgia.....	27
2.3 A representação do negro no jornalismo .....	30
2.4 O negro na publicidade e propaganda .....	34
2.5 A valorização do negro nas redes sociais .....	37
<b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>42</b>
3.1 O fenômeno do <i>Blog</i> .....	44
3.2 Critérios de Seleção dos <i>blogs</i> a serem analisados .....	46
3.3 Metodologia.....	48
3.3.1 Pesquisa bibliográfica .....	48
3.3.2 Análise de conteúdo e categorias .....	50
<b>4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE.....</b>	<b>53</b>
4.1 Dados gerais.....	54
4.2 Dados específicos .....	55
4.2.1 Blogueiras Negras .....	55
4.2.2 Meninas Black Power.....	60
4.2.3 Cacheia.com.....	64
4.2.4 Meu cabelo crespo é amor .....	71
4.3 Considerações finais sobre a análise de conteúdo .....	74
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>76</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>79</b>

## 1. INTRODUÇÃO

*“Ah...e meu cabelo é crespo  
Ruim ele não é por que não cometeu nenhum  
crime,  
ele só sofre crimes apenas  
Ruim não me representa, bagunçado também não  
Não tenho vergonha de ser negra  
Não deveriam sentir vergonha por eu ser negra”.*  
(Raquel Souza)<sup>1</sup>

Em outubro de 2015, os principais sites de notícias do Brasil, como G1 e Folha de São Paulo, informaram sobre a campanha *online* #SomosTodosTaisAraujo. Essa *hashtag*<sup>2</sup> tem como objetivo apoiar a atriz negra Taís Araújo, que foi alvo de racismo em uma foto da sua página do *Facebook*. Na foto comentada, a vítima estava com o cabelo crespo e volumoso, e um dos comentários racistas dizia: “Me empresta seu cabelo aí para lavar uma louça”. Após o conflito, a atriz deu uma declaração em sua conta do *Twitter* afirmando que não iria se intimidar, tampouco “abaixar a cabeça”. A denúncia do crime foi registrada por Taís Araújo na Polícia Federal<sup>3</sup>.

Exemplos recentes como esse de racismo virtual nos fazem refletir: mesmo com a abolição da escravatura há séculos, por que ainda os traços preconceituosos contra os afro-brasileiros persistem na atual sociedade? Que teoria e quais comportamentos têm reforçado isso? E, por que as características físicas do negro e o seu cabelo sofrem tantas ofensas? O que se tem feito e quais são os meios usados para enfrentar essas situações? Na tentativa de responder esses questionamentos, este trabalho tem como pano de fundo a questão do negro no país e os desafios que esses precisam enfrentar, tais como: embranquecimento racial, desigualdade, negação dos atributos fenotípicos, como o cabelo, e pouca representatividade midiática.

Contudo, a Internet que proporciona a fala de usuários, a possibilidade de exposição do “eu” (SIBILIA, 2008, p.60) e a criação dos laços sociais (RECUERO, 2011, p.38), foi um

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://blogueirasnegras.org/2015/03/16/minha-voz-meu-mundo/>> Acesso: 10.11.2015.

<sup>2</sup> *Hashtag* é a expressão usada pelos usuários de redes sociais. Consiste em uma palavra-chave antecedida pelo símbolo “#”.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/11/atriz-tais-araujo-e-alvo-de-comentarios-racistas-em-rede-social.html>> Acesso: 01.11.2015.

espaço para o negro, que muitas vezes é marginalizado pela sociedade, debater a sua própria cultura, suas origens, a revalorização das suas características, dentre elas, o seu cabelo crespo/cacheado, que é o objeto de estudo deste trabalho. Portanto, esta pesquisa tem como intuito compreender como se dá a construção da identidade do cabelo afrodescendente em *blogs* da Internet.

Há alguns anos, a apreciação do cabelo afrodescendente na Internet vem ganhando força, por meio de pessoas ou coletivos, pois se incentiva a transição capilar, que é o processo de tratamento de madeixas com químicas para madeixas com seu aspecto natural. Além disso, a autoaceitação e a elevação da autoestima de pessoas que desejam aderir à transição são pautas fortes desse movimento. Desse modo, este trabalho tem como contribuição chamar atenção para o fenômeno, despertado no meio virtual por mulheres e ainda de modo tímido por homens, e apontar quais são as profundas reflexões por trás dele.

Para mergulhar nesse acontecimento e identificar se a construção da identidade do cabelo afrodescendente é vinculada aos âmbitos estético, publicitário, com o objetivo de venda de produtos para esse tipo de cabelo, ou político, como ato de resistência contra todo um padrão de beleza e que atinge várias pessoas, foi realizada a análise de conteúdo de quatro *blogs* temáticos sobre a defesa da negritude e da beleza negra. Ao total foram analisadas 62 postagens, de acordo com algumas categorias de análise.

Para compreender melhor a questão do cabelo crespo/cacheado, o trabalho foi dividido em quatro capítulos. O primeiro se dedica à contextualização sobre a trajetória histórica/social do afro-brasileiro desde a época da colonização até os dias atuais. Nesse momento, insere-se a teoria do embranquecimento racial, que consistia na apuração das raças como brancas depois do processo de miscigenação, e suas consequências na vida e na percepção dos negros, os quais começaram a ter o anseio por se “branquear” (IANNI *apud* BENTO, 2002,p.23). Iniciou-se assim um processo de inferioridade das características físicas e psicológicas desses indivíduos. Esses conceitos foram aplicados ao cabelo afrodescendente, um item notório na aparência da pessoa negra. Essa correlação busca compreender a interpretação histórica do cabelo, por parte do imaginário coletivo brasileiro.

No segundo capítulo, a representação do afro-brasileiro na mídia tradicional foi explanada juntamente com o estereótipo do embranquecimento. Essa representação pode ser percebida por meio dos produtos midiáticos como telenovela, jornalismo e publicidade. Além de observar, em um contexto geral, como o negro está sendo abordado nesses espaços, foi

analisada a representação do seu cabelo. Também foi relatado o segmento de mídia *online* e suas redes sociais, que permitem o destaque de pessoas e grupos a partir de retratações, exposições de ideias e compartilhamentos. Percebeu-se que as redes sociais *online* são palcos de debate para os afrodescendentes, pois há a manifestação de suas pautas por meio de conteúdos que apreciam sua cultura, religião, identidade e beleza, bem como contra o racismo, desigualdade e pouca representatividade midiática. Ao final, deu-se foco para a valorização da beleza negra, a fim de compreender como o cabelo está sendo discutido em *blogs*.

Já no terceiro capítulo, dentro de um universo de *blogs* referentes à negritude e à valorização do cabelo crespo/cacheado, apresentamos os critérios de seleção de algumas dessas páginas. Ao fazer esse discernimento, podemos investigar de forma criteriosa a construção da identidade do cabelo afrodescendente em quatro *blogs*. Nesse capítulo, retratamos também os procedimentos metodológicos de pesquisa escolhidos: a pesquisa bibliográfica, realizada nos capítulos anteriores, e a análise de conteúdo dos *blogs* segundo as categorias determinadas para uma melhor compreensão do objeto.

Por fim, o último capítulo traz os dados e levantamentos extraídos das postagens, de acordo com as categorias de análise. Foi nessa parte também que apontamos os principais achados relativos ao fenômeno estudado, ou seja, o processo de construção da identidade do cabelo crespo/cacheados nos *blogs* e se foi abordado por um viés estético, publicitário ou político.

Fica claro que o movimento de transição capilar, proposto por meio dos *blogs*, não gera discussões somente voltadas para o cabelo afrodescendente em si, mas também para todo o contexto histórico/social, de desigualdade social, de representatividade e de percepções acerca do afro-brasileiro, detentor dessa impactante característica física. É nessa perspectiva que este trabalho visa contribuir para o debate acadêmico apontando mais questionamentos e perspectivas sobre a identidade africana, o embranquecimento, o racismo, e a valorização da beleza negra.

## CAPÍTULO I

### 1. O NEGRO NO BRASIL E A FORMAÇÃO DA SUA IDENTIDADE

Neste primeiro capítulo será abordada a conjuntura histórica/social referente à questão do negro no país, desde a época da colonização até os dias atuais. Inicialmente serão apresentados o contexto da entrada dos africanos às terras brasileiras, suas características físicas e psicológicas, bem como o seu papel na sociedade. Também serão explanados o conceito de raça, o fenômeno da miscigenação e o processo de embranquecimento social da nação.

Finalmente, pretendemos promover uma correlação desses conceitos, problematizando a questão do cabelo cacheado/crespo sob a perspectiva do branqueamento, sendo ele um símbolo identitário negro e objeto deste trabalho. Privilegia-se o debate sobre o cabelo afrodescendente, pois a pesquisa tem como objetivo analisar a construção de sua identidade de maneira estética, publicitária e política em *blogs* da Internet.

#### 1.1 A colonização, a chegada e a representação do negro no país

A colonização no Brasil sujeitou-se ao plano político e fiscal de estender o Estado português e foi financiada por comerciantes e banqueiros europeus. No século XVI, a princípio por falta de mão de obra nas fazendas produtoras de açúcar no Brasil e pela inabilidade de trabalho dos índios, os colonizadores portugueses deram início ao intenso tráfico negreiro.

Essa prática consistia na troca de mercadorias por africanos que posteriormente eram forçados a saírem de suas terras para serem escravizados. Além do fator econômico, na obra “Casa-Grande & Senzala”, Freyre (2003) afirma que a importação dos negros ocorreu pela necessidade de técnicos em trabalhos de metal para as minas e pela falta de mulheres na colônia.

No contexto da colonização espanhola, o autor aponta que a entrada do negro aconteceu pelo fato do declínio populacional do povo indígena. Grandes quantidades de índios morreram devido às guerras, às doenças trazidas pelos europeus e à fome. Desta forma, o Estado começou a regulamentar a atividade de comércio escravo:

Com o desaparecimento dos nativos nas Antilhas e o início das grandes lavouras, Las Casas propôs que se trouxessem escravos africanos para substituí-los no trabalho. Os africanos adaptaram-se bem às condições das Antilhas e acabaram por substituir os americanos nativos nas ilhas e na terra quente do continente. (...) Os

negros foram introduzidos em todo o continente – inclusive nas grandes haciendas de criação de gado – pois inerentemente tinham muito maior mobilidade que os índios. Grande número deles ingressava no serviço doméstico, elevando dessa maneira a posição social dos seus amos (BETHELL, 1999, p.39).

Nos Estados Unidos, o critério de entrada de escravos foi essencialmente agrícola. Era necessário, segundo o autor Muniz Sodré, um negro contumaz, forte e barato. No seu livro “Claros e Escuros”, Sodré (1999) compara a colonização portuguesa com a norte-americana:

(...) a colonização interna dos norte-americanos – consentânea à mesma lógica de expansão territorial ou anexação de espaços por conquista militar – fazia-se pela força do mito do império europeu (e não em nome do patrimônio de elites estamentárias, como foi no caso do Brasil) transposto para a América (SODRÉ 1999, p. 112).

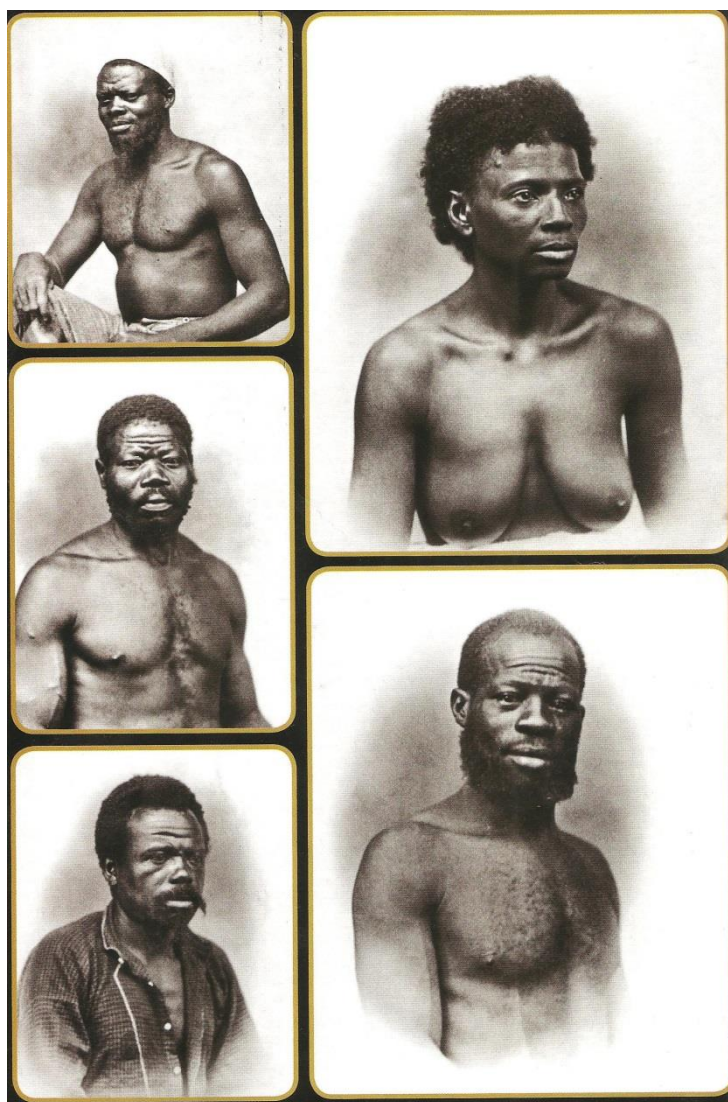
A população brasileira constituiu-se por milhões de africanos como os bantos, os ambundos, os bacongos e os nagôs. As características fenotípicas desse grupo são: pele negra, alta estatura e forte resistência. Alguns grupos tinham lábios grossos, uns lábios finos, outros nariz afilado, e, por fim, alguns nariz achatado. Freyre (2003) deu ênfase ao cabelo dos bantos:

Dos negros importados para o Brasil podem-se incluir os Banto – sem contar exceções, consideradas apenas as grandes massas étnicas – entre os mais caracteristicamente negros, pelo que não significamos a cor – convenção quase sem importância – e sim traços de caracterização étnica mais profunda: o cabelo em primeiro lugar. Este, como se sabe, mostra-se encarapinhadíssimo (...) enquanto os fulos e outros povos da África oriental que contribuíram para a formação da família brasileira se filiam pelo cabelo *cynotrichi*. Cabelo mais suave. Nariz mais afilado. Traços mais próximos dos europeus (FREYRE 2003, p.387).

Freyre (2003) também argumenta que alguns pesquisadores norte-americanos consideraram que a forma do crânio de alguns negros era mais leve e menor do que o do branco. Simultaneamente, associaram a anatomia da raça negra à anatomia do chimpanzé e esse foi um dos motivos que promoveu a ideia de inferioridade intelectual do negro.

Entre 1865 e 1866, o cientista suíço Louis Agassiz veio para o Brasil para documentar, por meio de fotografias, as “raças puras” isto é, os negros e “raças mistas”, compostas por cafuzos e mestiços. Por defender a teoria do criacionismo, que defende a ideia do mundo dividido em diferentes províncias zoológicas e que condena também a mestiçagem, Agassiz tinha como propósito reunir um material visual para afirmar a ideia de inferioridade dos negros e o perigo da miscigenação. A figura abaixo é um exemplo das imagens feitas pelo cientista para documentar os traços físicos da “raça pura”:

**Figura 1 – Registros fotográficos dos indivíduos da “raça pura”,  
por Louis Agassiz.**



Fonte: Revista de História da Biblioteca Nacional, 2010

Freyre (2003) e Sodré (1999) afirmam que na esfera psicológica, a raça negra se caracterizava pela alegria, vivacidade e pela adaptabilidade às condições climáticas e às tarefas impostas pelo colonizador. Além disso, Gomes (2002) complementa que os estereótipos da superpotência sexual e “sensibilidade privilegiada” foram atribuídos ao negro. Perante o colonizador, o negro passou a ser representado como o “negro bom” ou o “negro ruim”. Sodré (1999) exemplifica que o primeiro é infantilizado, subserviente e sorridente, enquanto o segundo é animalizado, impiedoso e assassino.

O perverso regime escravocrata e a supremacia do branco europeu produziram a exclusão e a coisificação da figura do negro no Brasil. A autora do artigo “Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra”, Nilma Gomes (2002) explica essa tensa relação:

Quando pensamos nos africanos escravizados e trazidos para o Brasil, sempre vem à nossa mente o processo de coisificação do escravo materializado nas relações sociais daquele momento histórico. Esse processo se objetivava não só na condição escrava, mas na forma como os senhores se relacionavam com o corpo dos escravos e como os tratavam: os castigos corporais, os açoites, as marcas a ferro, a mutilação do corpo, os abusos sexuais são alguns exemplos desse tratamento (GOMES, 2002, p. 40).

A dominação não foi somente político-econômica, uma vez que se estendeu para a área cultural e social, pois os seus elementos foram considerados inferiores como música, religião, culinária, estética, entre outros que foram trazidos, em média, pelos 4,8 milhões de africanos em navios negreiros, conforme os dados do Almanaque Taubaté (2013)<sup>4</sup>. Desenvolve-se assim, ao longo dos anos, uma representação banalizada do indivíduo negro ao senso comum da população europeia. Representação que fomenta o padrão de embranquecimento na população brasileira e o preconceito racial.

## **1.2 Os conceitos de raça, miscegenação e embranquecimento no Brasil**

O conceito de raça, ainda que tenha bases biológicas em relação à cor da pele, é entendido como fundamento que permite a “relação social”. No Brasil, segundo o autor Roberto Cardoso de Oliveira no seu livro *Identidade, Etnia e Estrutura Social* (1976), raça sempre foi definida em limites de particularidades compartilhadas de um grupo e também exerce atribuições simbólicas na distribuição de classes e posições sociais.

Desde a época colonial, a raça branca e dominante considerou a raça negra como inferior, por causa da cor da pele e pela condição de escravo. Fanon (1980) disserta que quando a civilização europeia entrou em contato com o negro, acreditava que este era o princípio do mal, representava o obscuro, a sombra, a noite, as trevas e as profundezas abissais.

Esse cenário de opressão na relação social gerou o dilema do racismo na população. Taguieff, citado por Sodré (1999), apresenta o racismo da seguinte forma:

(...) primeiro, heterofobicamente e universalistamente, como denegação de identidade: o outro, o indivíduo ou grupo, não tem valor, inexistente; segundo, heterofilicamente e diferencialistamente, como denegação da humanidade: o outro não pertence à mesma espécie humana, logo é “absolutamente outro” (TAGUIEFF *apud* SODRÉ, 1999, p.194).

---

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://www.almanaqueurupes.com.br/portal/numeros-da-escravidao/>> Acesso: 25.10.2015.



Segundo Freyre (2003), o processo de miscigenação aconteceu devido à carência de mulheres brancas na colônia e à posição da mulher na família. Assim, os brancos se relacionaram primeiramente com as índias e depois com as negras. Mesmo com a miscigenação, percebeu-se o início das relações étnico-raciais pautadas pela contradição. Os brancos tinham o papel principal na representação social e eram enaltecidos num imaginário de “pureza”, isto é, eles eram conceituados como homens perfeitos, nobres, autênticos e prósperos.

Para Sodré (1999), as pessoas brancas não eram reconhecidas como raça, pois raça é sempre o outro. Assim, constata-se que há um conflito, um tipo de mediocrização no entendimento do conceito de raça por esse grupo. Por fim, os brancos consideravam os indivíduos das outras raças como objeto de abuso e mercadoria, não como seres dotados de razão, inteligência, emoção ou virtudes.

Ao citar o caso específico dos negros, Freyre (2003) explica sobre o lugar que eles ocuparam naquela coletividade:

Tornou-se, assim, o africano um decidido agente patogênico na sociedade brasileira. Por “inferioridade de raça”, gritam então os sociológicos arianistas. Mas contra seus gritos se levantam as evidências históricas – e as circunstâncias de cultura e principalmente econômicas – dentro das quais se deu o contato do negro com o branco no Brasil. O negro foi patogênico, mas a serviço do branco, como parte irresponsável de um sistema articulado por outros (FREYRE 2003, p. 404).

Não houve uma democracia racial, pois a europeização sempre foi apanágio de elites que nunca aceitaram o legado das raças. Essas elites inventaram o conceito de embranquecimento social, mais dominante no século XIX e início do século XX, porém tem raízes no período colonial. Esse processo se estende para as esferas cultural, física e social. Também é apontado como um dos principais problemas do negro brasileiro, pois o embranquecimento favorece a insatisfação desse indivíduo com a sua identidade e sua condição social.

Em complemento, Ianni, citado por Bento (2002), diz que branquear é uma aspiração universal, pois negros, mulatos escuros e mulatos claros querem se “branquear”. Podemos citar como exemplos a busca da miscigenação com o branco para ascender de classe social e não perpetuar uma descendência negra, buscar se vestir, se comportar e ter costumes como o branco.

Existem alguns motivos para as elites europeias formularem o projeto de branqueamento. Jodelet, citada por Bento (2002), argumenta sobre a questão da proteção da identidade do grupo europeu que leva a exclusão do outro:

A explicação desses vieses (...) diz respeito à necessidade do pertencimento social: a forte ligação emocional com o grupo ao qual pertencemos leva-nos a investir nele nossa própria identidade. A imagem que temos de nós próprios encontra-se vinculada à imagem que temos do nosso grupo, o que nos induz a defendermos os seus valores. Assim, protegemos o "nosso grupo" e excluimos aqueles que não pertencem a ele. Dessa forma, exclusão passa a ser entendida como descompromisso político com o sofrimento de outro. (...) A exclusão moral pode assumir formas severas, como o genocídio; ou mais brandas, como a discriminação (JODELET *apud* BENTO 2002, p.1).

Já Schwarcz, citado por Bento (2002), na obra “O espetáculo das raças” (1993), explica que a nação era composta por raças miscigenadas, mas em transição. As elites acreditavam que, ao longo do tempo, essas raças percorreriam um processo de cruzamento e seriam apuradas como brancas por meio de uma seleção natural e, assim, os negros seriam parecidos com os brancos. Em conclusão, esse discurso dá suporte a uma tentativa de eugenia no país, que de acordo com Galton (1973), é o estudo dos agentes sob o controle social os quais podem melhorar ou diminuir as qualidades raciais, de forma física ou mental, das próximas gerações<sup>5</sup>.

Desde um viés psicanalítico, afirma-se que é necessário o sujeito ter um modelo no qual ele possa se espelhar, possa readquirir o narcisismo abafado e logo construir sua identidade em cima dele. Esse modelo, segundo Santos (1983), é chamado de Ideal do Ego<sup>6</sup>, que quando atingido possibilita o estado de tranquilidade e harmonia. Para o africano brasileiro, o seu Ideal de Ego é o branco adquirido por meio da ascensão social.

A psicanalista negra Neuza Santos, na obra “Tornar-se Negro” (1983), compara a visão social do negro com a do branco:

O irracional, o feio, o ruim, o sujo, o sensitivo, o superpotente e o exótico são as principais figuras representativas do mito negro (...). Aqui branco quer dizer aristocrata, elitista, letrado, bem sucedido. Noutro momento o branco é rico, inteligente, poderoso. Sob qualquer nuances, em qualquer circunstância, branco é o modelo a ser escolhido (SANTOS, 1983, p. 27 e 34).

A negação inicial dos atributos físicos dos negros como pele, cabelo ou traços faciais é o indício básico do embranquecimento. Santos (1983) explana que a primeira instância de exposição do Ideal do Ego é no contexto familiar, o qual se estende para o cotidiano. Uma

<sup>5</sup> Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Eugenia#cite\\_note-1](https://pt.wikipedia.org/wiki/Eugenia#cite_note-1)> Acesso: 09.12.2015.

<sup>6</sup> LAPLANCHE, J. Pontalis. Vocabulário da Psicanálise, Lisboa, Moraes, 1970, citado por Santos (1983).

criança negra aprende com seus pais ou responsáveis que seu físico não é aceito pela sociedade e isso tras consequências no seu modo de ver e se relacionar com outros indivíduos na escola, pois ela passa a considerar os colegas brancos como superiores. Também é preciso recorrer aos recursos estéticos, financeiros, miscigenáveis com os brancos, e sociais numa tentativa de modificar a identidade.

Em consequência do embranquecimento, Santos (1983) analisa que o meio negro se repartia: uns se conformavam na sua condição social enquanto outros tentavam romper com a corrente negra/miséria. É possível verificar esses outros nos exemplos históricos quando acontece a ascensão da mulher negra nas casas grandes como governanta ou “ama” e a formação dos quilombos, grupo de escravos com organização própria cujo objetivo era realizar rebeliões em busca da liberdade. Contudo, os escravos que conseguiam algum tipo de liberdade eram exceções.

Outra consequência gerada pelo Ideal de Ego europeu é a autodiscriminação negra, ou seja, a construção de imagens negativas sobre si mesmo. “(...) Se trata de processos inconscientes de autodesvalorização, difíceis, portanto de serem submetidos ao escrutínio político ou racional” (SODRÉ, 1999, p. 235). Esse problema é também perceptível nas situações de discriminação entre os próprios negros e o plano de miscigenação com pessoas brancas para não produzir a continuidade familiar negra.

Compreende-se que o processo de branqueamento originou-se do medo, silêncio e da apropriação de regalias das elites brancas. A falta de reconhecimento da raça, da cultura e do fenótipo diferente do outro se desdobrou em conflitos nas personalidades dos negros. Ao longo dos séculos no Brasil, a população tão miscigenada se solidificou profundamente em desigualdades e intolerâncias.

### **1.3 O cabelo crespo/cacheado como símbolo identitário negro e o conflito na questão do embranquecimento**

Tendo em vista o objeto da pesquisa, a construção da identidade do cabelo crespo/cacheado, apresentaremos neste tópico o seu significado social e sua percepção na identidade brasileira associados à questão do embranquecimento.

Todo agrupamento social possui uma identidade, acepção construída por atores ativos e ocasionada pelo paralelismo entre o “eu” e o “outro”. A identidade pode fazer referência à

genealogia, um passado histórico. Oliveira (1976) define que a identidade “uma vez cristalizada é mantida, modificada ou, mesmo remodelada pelas relações sociais”.

De acordo com Oliveira (1976), o conceito de identidade possui dois desdobramentos: o individual e o coletivo. O individual diz respeito ao *self*, o reconhecimento e a aceitação do “eu”. Enquanto, o coletivo menciona o compartilhamento de atributos em comum de um determinado grupo. Os componentes desse grupo assim criam a dimensão de pertencimento, reconhecendo o “eu” no “outro”.

No caso específico da identidade negra brasileira, percebeu-se que, desde o regime escravista, o negro teve sua identidade remodelada de acordo com o modelo europeu regente. Há um rompimento na linha da identidade coletiva geral: o branco não se reconhece no “outro” e vice-versa. Logo, estabeleceu-se um conflito na identidade individual do negro, por causa de sua autonegação. Mesmo com a miscigenação racial, a identidade africana sofreu das mais disfarçadas a amplas alterações e intolerâncias, principalmente atreladas ao corpo.

É importante ressaltar que o corpo não é somente a junção biológica de células e, sim, a expressão viva da cultura e etnia de um grupo. Nele, as características podem ser aceitas ou negadas. No caso de rejeição corporal, as mulheres negras são mais atingidas, por causa da supervalorização da estética feminina branca. Cunha, citado por Bento (2012) no livro “O espelho do mundo - Juquery, a história de um asilo”, exemplifica a situação da rejeição corporal sentida por negras e pacientes internas de um asilo. Essas mulheres eram citadas nos laudos como degeneradas devido às características raciais e físicas: “Os estigmas de degeneração física que apresenta são os comuns à sua raça: lábios grossos, nariz esborrachado, seios enormes e pés chatos” (CUNHA *apud* BENTO, 2012, p.10).

Além da pele negra, outro elemento bastante expressivo no corpo é o cabelo crespo ou cacheado:

Ele é maleável, visível e possível de alterações e foi transformado pela cultura, em uma marca de pertencimento étnico/racial. O cabelo crespo é visto como um sinal diacrítico que imprime a marca da negritude nos corpos. (...) Nas múltiplas possibilidades de análise que o corpo negro nos oferece, o trato do cabelo é aquela que se apresenta como a síntese do complexo e fragmentado processo de construção da identidade negra (GOMES, 2002, p.7).

Além de remeter a uma origem africana, o cabelo, bem como o corpo, são parâmetros da função social do indivíduo. Como o africano era o submisso no período escravocrata, seu corpo e seu cabelo eram claramente expostos à violência. Além disso, a noção entre boa

aparência e cabelo resultou que o crespo/cacheado é denominado como ruim, duro, feio, difícil de ser manuseado, e precisa de alguma intervenção para melhorá-lo.

Gomes (2002) cita um exemplo de violência com a imposição de raspagem do cabelo. Para o escravo ou a escrava esse ato era simbólico e de mutilação, “pois nas étnicas africanas o cabelo era considerado uma marca de identidade e dignidade” (GOMES, 2002, p.7). Essa questão conflituosa do cabelo é percebida de forma mais intensa no gênero feminino, pois segundo as autoras Angela Gilliam e Onik’a Gilliam (1995), para muitas mulheres negras várias partes do corpo, dentre elas o cabelo, representam uma jaula de prisão devido à rejeição social. As autoras exemplificam que os homens evitam o friso do cabelo crespo ao cortá-lo bem curto, enquanto para as mulheres, que são mais exigidas no quesito beleza, o cabelo representa alienação estética, pois elas gastam mais tempo negando sua identidade racial, uma vez que alisavam o cabelo com o uso de ferro quente.

Além do uso de ferro quente, Jocélio Teles cita, em seu livro “O negro no espelho: imagens e discursos no salão de beleza étnica” (1999) o uso de pastas; alisantes e outras invenções para associar o cabelo ao parâmetro ocidental, no qual as madeixas lisas e compridas são consideradas belas.

Desse modo, desde a infância a aparência negra passa pelo procedimento de “naturalização do processo de embranquecimento racial” (ARRAES, 2013, s/n). Desenvolvem-se, por meio dos agentes sociais, os ferimentos morais (OLIVEIRA, 1976, p.16) acerca da aparência visual, como o desprezo, situações constrangedoras e preconceituosas. Ferimentos que são compartilhados pela coletividade e que são intrínsecos à formação histórica-social.

Esse embranquecimento é mais perceptível nas mulheres, pois na família, na escola e em outros lugares de convívio social, elas crescem condicionadas a acreditarem que seu cabelo é ruim e feio. Além disso, tradicionalmente nos salões de beleza argumenta-se que cabelo afrodescendente requer cuidados especiais por razão de sua textura. As comparações a outros tipos de cabelos e as ocasiões de ferimentos morais ocasionam a negação das madeixas cacheadas ou crespas.

Dessa forma, as mulheres procuram a intervenção capilar seja por uma simples trança, usar o cabelo preso ou aplicar produtos e técnicas de alisamento. O alisamento, especificamente, é visto como um facilitador para o manuseio dos cabelos. A intervenção não

pertence somente à percepção estética, mas pertence também à percepção identitária, ao anseio profundo de não “passar vergonha” de se apresentar com o cabelo afrodescendente e de se assemelhar a um grupo influente na sociedade.

É possível verificar o destaque visual do cabelo afrodescendente, elemento que atrai a atenção das pessoas no cotidiano. Ele faz parte de uma conjuntura política, histórica e de vida. Ele pode transmitir várias mensagens e logo, diferentes interpretações.

(...) os cabelos rebeldes, soltos e descuidados podem expressar independência ou mesmo relutância às normas sociais, como é o caso de líderes religiosos, profetas, rastafaris. É muito comum encontrarmos entre os/as docentes a presença de relatos que associam os cabelos rastafaris e a estética dos integrantes do movimento hip-hop à sujeira e à marginalidade (NARÔ 2013, p.49).

Mesmo com o discurso de branqueamento, com a concepção de que somente os cabelos alisados são belos, movimentos negros na década de 1960 transmitiam a mensagem do cabelo *black* como objeto de debates raciais e símbolo de resistência. Teles (1999) explica a ascensão do ícone:

Uma imagem de contraste revela um discurso político, a partir dos anos 1970, relacionado aos reflexos do "*Black is beautiful*", movimento cultural e comportamental norte-americano dos anos 1960. Foi nas cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro, os dois centros irradiadores da influência norte americana, que apareceu o corte *black power* – cabelo redondo e cheio, in natura. Por conseguinte, com a crescente valorização da busca da "consciência racial", procurou-se uma "naturalização" dos cortes, trançados e penteados afros, com repúdio do alisamento – "além de decadente [o alisamento], é prejudicial porque impede o crescimento do cabelo" (Orilê, cabeleireira paulista) (TELES 1999, p. 6).

A partir dessa oportunidade de discussão, o reconhecimento da ancestralidade africana se torna presente para outros grupos como a família. Muda-se a visão do negro nesse ambiente, possibilitando novas formas de auto-representação e novas formas para manipular o cabelo crespo. Isso também se fez presente nos espaços estéticos, ou seja, nos salões de beleza. Nos salões étnicos existem mensagens inscritas na forma de manusear o cabelo que não são facilmente assimiladas para quem não faz parte desse grupo, como “fitagem”, jeito de pentear o cabelo com as mãos; e *big chop* que pode ser traduzido como grande corte e serve para tirar as partes do cabelo alisadas por tratamentos químicos. Portanto, acredita-se na existência da reconstrução da identidade e da autoestima negra.

Ainda que existam reforços para oferecer e incorporar a aparência negra, algumas resistências se encontram na sociedade e no imaginário coletivo. Nas décadas após o movimento *black*, a conjuntura influenciadora formada pela mídia, o consumo e o padrão estético não consideraram o cabelo diferente de uma forma profunda e como sinal político,

pois consideraram como uma moda ou seja, um símbolo passageiro. Nesse cenário, Lody (2004) elucida que quando o negro assume o seu cabelo, assume também o seu papel na sociedade como uma pessoa negra.

A luta pela pluralidade racial depende da “colocação de todas as características fenotípicas das populações que compõem a sociedade em um mesmo plano de valorização estético-moral e afetiva” (MOORE *apud* NUNES E OLIVEIRA 2007, p.293). É necessária a mudança que mostre a valorização da estética negra, desde a educação na família, nas escolas, no trabalho, nas percepções do indivíduo sobre o outro e no cotidiano. Também é preciso superar o Ideal de Ego dominado pela estética do homem branco.

Nesse capítulo, os trechos expostos de Gilberto Freyre num contexto para tecer a abordagem histórica e social sobre os negros no país. Assim, percebemos que esse grupo sofreu uma intensa banalização de seus aspectos, sejam eles físicos, psíquicos, culturais, relacionais, políticos e sociais. Essa banalização ocorreu devido ao ideal de ego pertencente aos brancos, grupo social dominante. Outro fator que contribui para isso foi a aspiração do embranquecimento populacional, na qual negros e mestiços precisavam aparecer e viver como os brancos. Por conseguinte, surgiram situações constrangedoras entre os grupos, como racismo, preconceito e violência.

Fizemos um recorte afirmando que esse conflito de banalização do negro se estendeu para um dos aspectos mais significativos na sua aparência, o cabelo crespo/cacheado. Contudo, há a persistência de grupos e pessoas que promovem o uso e a apreciação desse tipo de cabelo, seja por meio da literatura, educação, estética, arte ou Internet. Conclui-se que, para melhor compreensão do objeto de pesquisa, o capítulo é de suma importância, pois mostra os fundamentos da discussão histórica e social brasileira em torno do cabelo afrodescendente, uma vez que se referem também aos próprios negros.

No próximo capítulo, ainda com o intuito de aprofundar na discussão teórica, iremos discorrer sobre a representação do negro e seu cabelo na mídia. Esse meio pauta assuntos, estereótipos e comportamentos nas relações de crianças, jovens e adultos tanto uns com os outros, como consigo mesmos. Assim, será explicado o estereótipo do negro e seus desdobramentos em produtos midiáticos, e também como é seu discurso no meio virtual.

## CAPÍTULO II

### 2. A REPRESENTAÇÃO DO NEGRO BRASILEIRO SOB O PONTO DE VISTA DA MÍDIA TRADICIONAL E VIRTUAL

Neste segundo capítulo iremos analisar a representação do negro na mídia e nas redes sociais *online*, com foco nos âmbitos fenotípico e estético. Para entender melhor como é realizada essa abordagem feita pela mídia, o capítulo está dividido da seguinte maneira: a mídia sob a influência do embranquecimento social, e assim as consequências na representação do grupo afrodescendente; a representação nas telenovelas; a abordagem nos jornais impressos e telejornais; e, a abordagem na publicidade. Por fim, iremos demonstrar a inserção desse grupo nas redes sociais *online*. Esses levantamentos irão nos auxiliar a compreender os efeitos de tais tratamentos no processo de construção identitária do cabelo crespo/cacheado em *blogs* da Internet, objeto de estudo da pesquisa.

#### 2.1 A mídia e o ideal de branqueamento

A mídia e seus produtos exibem notícias, realidades, culturas, comportamentos, sistemas políticos e ideológicos. Além disso, detém o poder de agendamento de pautas para um local ou país, denominado por Hipótese do Agendamento ou *agenda-setting*. Essa corrente de investigação, segundo a jornalista Ana Karla Farias no artigo “A teoria da conspiração e a teoria do agendamento” (2015, s/n), esclarece que os meios de comunicação elencam os temas importantes a serem pensados: “Para McCombs e Shaw, a Teoria do Agendamento pressupõe que as notícias são como são porque os veículos de comunicação “determinariam o que pensamos” e como pensarmos os fatos noticiados”.

A conjuntura do discurso, dos valores e das imagens transmitida por meio do *agenda-setting*, normalmente, pertence a um estereótipo que tende a ser reproduzido. Segundo Hall, citado por Roso, Strey, Guareschi & Bueno (2002), estereotipar compõe a manutenção da ordem social e simbólica que estabelece um limite entre o “normal” e o “desviante”, o “aceitável” e o “inaceitável”, o que “pertence” e o que “não pertence”. Assim, as minorias reconhecidas por causa de conflitos políticos e sociais, como os afrodescendentes, não são representadas no espaço midiático, justamente por serem interpretados por um padrão imaginário e estético como o “outro”, o “inaceitável”.



Percebemos que no Brasil, a mídia é dominada por grupos da elite branca que arquitetaram o padrão imaginário do branqueamento, desde a época colonial, como foi apontado no capítulo anterior. Esse padrão tornou-se também uma influência no processo de *agenda-setting*. Liv Sovik, autora do artigo “A branquitude e o estudo da mídia brasileira: algumas anotações a partir de Guerreiro Ramos” (2002) discute sobre a disseminação da mídia desse modelo de branqueamento:

Os meios de comunicação e os produtos culturais de massa veiculam a cultura hegemônica, em sua articulação instável de diferenças. O resultado, em geral, é de aparência branca, exatamente porque a branquitude continua sendo uma espécie de projeto para a Nação, uma autoimagem positiva. (...) No universo da mídia brasileira, a branquitude é um pólo de identificação, mesmo quando a palavra “branco” não é pronunciada. A branquitude brasileira pode ser concebida, então, como uma função ou papel social, como um valor ou ideal na mídia e como um problema ou território a ser explorado, na teoria (SOVIK, 2002, p.8)

Dessa forma, as novelas, comerciais, filmes, jornais, entre outros produtos divulgam a branquitude de modo intenso. Como consequência, a relação de exclusão se estabelece, pois a massa desenvolve uma visão de inferioridade referente aos que não são brancos. Formas de intolerância e preconceito racial surgem e afetam a autoestima de milhões de negros brasileiros.

No artigo “Racismo no horário nobre” (2004), o jornalista Paulo J. Rafael afirma que a responsabilidade do preconceito não é somente da mídia, mas de todas as relações e organismos sociais formados ao longo da história. Contudo, com uma avaliação mais criteriosa, percebe-se que a mídia, instituição de grande influência, exerce um racismo oculto, isto é, apresenta situações normais à primeira vista, mas, no fundo, recheadas de racismo em suas intenções.

O ativista norte-americano Jesse Jackson, citado por Paulo J. Rafael (2004) exemplificou bem esse fato em seu discurso em conferência no Senado Federal, em Brasília, em 1996 sobre a projeção do negro na mídia norte-americana e brasileira:

Os negros no Brasil e nos Estados Unidos são projetados todos os dias pela mídia de seis modos mortais. Somos projetados como menos inteligentes do que somos, menos trabalhadores do que somos, menos patriotas do que somos, menos universais do que somos, menos dignos do que somos e mais violentos do que somos (RAFAEL, 2004, s/n).

Representa-se o negro assim como era visto na época colonial: o empregado, o passivo, o marginalizado ou o delinquente. Não havia possibilidade de crescimento intelectual e social para ele. Essa questão é tão degradante que, na mídia, quando as pessoas negras

conseguem mudar de classe, os outros indivíduos agem com desconfiança. Exemplificando essa situação, Adriane Roso e mais outros autores, no artigo “Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero” (2002) cita que na mídia quando o negro é apresentado bem vestido ou com um carro de alto valor, há comentários ou piadas que ele seja motorista ou ladrão. Isso faz pensar que o indivíduo não possa conseguir esses bens materiais com seu próprio esforço ou possa ascender para conseguir uma função melhor e mais bem remunerada.

A negação do negro se encontra tão assídua e introtejada no sistema midiático que Sodré (1999) discerne quatro aspectos:

- 1) através da negação da existência do racismo, exceto em casos explícitos de preconceito, ou conflitos raciais; 2) apagamento de aspectos e exemplos positivos da cultura negra, ignorando ou “embranquecendo” as contribuições desta etnia ao país; 3) estigmatização da cor escura da pele, atribuindo a esta identidades ou características que não estão de acordo com a realidade da maioria; e 4) criação de um estado de indiferença entre os profissionais da mídia permitindo que exista uma supressão da realidade étnica em prol de interesses econômicos comerciais (SODRÉ *apud* SANTANA, 2010, s/n).

No caso da indiferença entre os profissionais de mídia, como esse sistema é regulado não por causas políticas e raciais, mas sim pautado em interesses mercadológicos, há pouca presença de profissionais negros nos programas. O autor cita como exemplo a situação de um indivíduo negro ao conseguir empregar-se numa redação de jornal ou estações de televisão tem como primeiras tarefas ditas de “cozinha”, longes da visibilidade pública, mesmo que venha ocupar depois uma posição.

Por outro lado, com o objetivo de defender os que sofrem preconceito ou discriminação racial e étnica, o Estatuto da Igualdade Racial (2010) foi sancionado pelo presidente Lula. Proposto pelo deputado Paulo Paim (PT/RS), “o estatuto delimitava políticas públicas de educação, saúde, cultura, esporte, lazer, e trabalho para a população negra” (SANTANA, 2010, s/n). Além disso, no projeto original havia as propostas de defesa dos direitos das comunidades quilombolas, proteção de religiões de origem africana e cotas para a participação de negros em produções televisivas, cinematográficas e publicitárias.

O capítulo sobre a inclusão de negros na mídia disponibilizava o seguinte artigo:

- Art. 47. Na produção de filmes e programas destinados à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, deverá ser adotada a prática de conferir oportunidades de emprego para atores, figurantes e técnicos negros, sendo vedada toda e qualquer discriminação de natureza política, ideológica, racial e artística (ESTATUTO DA IGUALDADE RACIAL, 2003, p. 23).

No projeto, também foi proposto que filmes e programas televisivos deveriam apresentar imagens de pessoas afro-brasileiras em proporção de vinte por cento do número total de atores e figurantes. Dessa proporção, metade seria composta por mulheres negras (SANTANA, 2010, s/n).

Desde 2003, o projeto começou a ser discutido no Congresso Nacional. Em 2006, o texto do estatuto teve modificações em virtude de resistências de outros deputados na Câmara, e ao final, foi aprovado com a exclusão de pautas consideradas polêmicas, como a regularização de terras quilombolas. No caso específico da mídia, aprovou-se o incentivo para a participação de atores, figurantes e técnicos negros em filmes e programas de TV, porém sem um percentual de participação definido para esse grupo, ao contrário do que foi proposto no projeto. Mesmo com essas alterações, Juliana Santana (2010) afirma que muitos consideraram a aprovação benéfica, porque mostra que o país reconhece a presença do preconceito e da desigualdade racial.

Com a exposição de informações sobre a representação do afro-brasileiro nesse tópico, conclui-se que a mídia brasileira, dominada pela elite branca, repercute a branquitude em seu agendamento. Mesmo com o Brasil sendo um dos países com a maior população negra do mundo, esse aspecto não é representado na programação midiática de forma igualitária e fidedigna. Contudo, há casos específicos e atuais de atuação na mídia por pessoas negras que serão vistos nos próximos tópicos e que precisam ser cada vez mais reforçados no imaginário coletivo, com o intuito de romper com o paradigma do embranquecimento racial.

## **2.2 O papel do negro na teledramaturgia**

As imagens veiculadas na televisão fomentam um imaginário coletivo em relação às representações de indivíduos e grupos. Elas às vezes são interiorizadas de maneira inocente pelo público, consideradas como pensamentos e práticas naturais, e pautam suas relações. Um forte exemplo de produto midiático que reproduz essas cenas e possui bastante alcance entre os brasileiros é a teledramaturgia, presente na televisão desde a década de 1950.

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia realizada em 2014 pelo IBOPE Inteligência<sup>7</sup>, os programas mais assistidos e indicados como primeira menção de preferência do público são os transmitidos em horário nobre pela TV Globo como telejornais e telenovelas. No caso

---

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-total-de-pesquisas/relatorio-final-pesquisa-brasileira-de-midia-2014.pdf>> Acesso: 02.11.2015.

das telenovelas, a programação dessa emissora conta com exemplares que já chegaram até 98 pontos de audiência, como Roque Santeiro (1985)<sup>8</sup>.

De acordo com o autor Arlindo Machado (2000) na obra “A televisão levada a sério”, o gênero da telenovela narra por meio de capítulos a história de personagens, com o ar de mistério, romance ou dúvida para chamar atenção do espectador. A novela transmite realidades antigas ou recentes de um povo, casos de afeto e rivalidades, tendências de comportamento, tendências de moda, um problema social que precisa ser combatido ou um ideal de pertencimento social.

Na novela também é mostrado o padrão ideal do imaginário coletivo que, no país, é dominado pelo embranquecimento racial. Portanto, não há uma retratação fidedigna a qual representa todos os grupos raciais, pois mesmo com a maioria da população brasileira sendo negra, esse grupo é pouco evidenciado nesse gênero televisivo. Para elucidar e chamar atenção dessa pouca representatividade, o cineasta e pesquisador Joel Zito Araújo, em seu artigo “O negro na dramaturgia, um caso exemplar da decadência do mito da democracia racial brasileira” (2008), elabora um apanhado histórico brasileiro sobre a representação do negro nas novelas. Nos anos 60, momento de êxito da telenovela, o autor diz que as mulheres negras eram representadas como empregadas:

O melhor exemplo foi o grande sucesso da atriz Isaura Bruno, quando interpretou a mamãe Dolores, na mais popular telenovela do período, O direito de nascer. Entretanto, cresceu nessa mesma época um estereótipo diferenciado de Hollywood, da mulata sedutora, destruidora de lares. Mas as empregadas domésticas predominaram (ARAÚJO, 2008, p. 980).

O homem negro era representado também como o empregado doméstico, o excluído, o vilão ou o delinquente. Podemos perceber que, atores negros não eram escolhidos para personagens protagonistas, como no exemplo da novela “A Cabana do Pai Tomás”, escrita de Hedy Maia, transmitida pela Rede Globo em 1969. Os protagonistas dessa novela eram o escravo Tomás e sua esposa Tia Cloé, interpretada pela atriz Ruth de Souza que era negra. Contudo, o ator que interpretou o protagonista Pai Tomás, Sergio Cardoso era branco. Sua pele era pintada de preto, usava peruca e colocava rolhas no nariz e na boca, técnica conhecida como *blackface*, copiada do cinema americano (SANTANA, 2010, s/n).

Na década de 1970, Joel Zito Araújo explica que houve a retratação dos conflitos em torno da ascensão social, possível pela melhoria na economia. Os negros já não ocupavam

---

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/novela-de-maior-audiencia-da-globo-roque-santeiro-eleita-por-joao-emanuel-carneiro-melhor-dos-50-anos-da-emissora-17956909.html>> Acesso: 13.11.2015.

somente posições subalternas. “A exemplo do psiquiatra Dr. Percival, interpretado por Milton Gonçalves em *Pecado capital*, ou da Dona Elisa, uma professora e dona de um colégio, interpretada por Ruth de Souza em *Duas vidas*” (ARAÚJO, 2008, p. 980).

Por outro lado, na mesma época, a primeira personagem negra protagonista, Xica da Silva da trama *Escrava Isaura*, foi interpretada por uma atriz branca. A personagem usava adereços europeus como perucas, maquiagens e vestimentas para mudar de posição social, igualando-se aos brancos. Verifica-se aqui novamente a questão do embranquecimento na escolha de uma atriz branca e na própria história da personagem. Apenas nos anos 1990, Xica foi representada por Taís Araújo, atriz negra.

Em 1980, Araújo (2008) argumenta que a progressiva ascensão do negro na dramaturgia continuou, mas ainda com pouca representatividade e pouca discussão sobre o racismo, até os anos 90:

A partir dos anos 80, podemos afirmar que houve uma lenta, mas progressiva ascensão do negro na dramaturgia da teleficção. Mesmo assim, identificamos que em um terço das telenovelas produzidas pela Rede Globo até o final dos anos 90 não havia nenhum personagem afrodescendente. Apenas em outro terço o número de atores negros contratados conseguiu ultrapassar levemente a marca de 10% do total do elenco. O racismo brasileiro apareceu na telenovela somente como uma das características negativas do vilão, e não como um traço ainda presente na sociedade e na cultura brasileira. Até o final dos anos 90, poucas telenovelas trataram a discriminação racial contra o negro brasileiro de forma direta (ARAÚJO, 2008, p. 981).

Um fato inédito aconteceu em 2004 na dramaturgia brasileira, pois na novela “*Da cor do pecado*”, a atriz Taís Araújo representou a protagonista Preta de Sousa. Algumas discussões vieram à tona referentes ao nome da novela, pois indicava a imagem negativa que a cor da pele negra simbolizava, já que havia uma alusão feita ao pecado. Não obstante, Joel Zito Araújo argumenta que o protagonismo negro representou um aumento na autoestima para crianças e adolescentes afrodescendentes, os quais não se sentiam reconhecidos na teledramaturgia.

Analisando a partir do objeto de estudo, o cabelo crespo/cacheado, a personagem Preta da supracitada novela está em alguns episódios com o cabelo alisado e outros encaracolado. Contudo, no mesmo ano, Elen, personagem encenada pela mesma atriz na trama “*Cobras e Lagartos*”, também da Rede Globo, tinha o cabelo alisado e desejava alcançar as altas posições ocupadas por brancos.

Em alguns casos específicos e mais atuais, iniciou-se a valorização das características fenotípicas, demonstradas por meio do cabelo cacheado/crespo, como na novela “Viver a Vida” (2010) de Manoel Carlos, com uma das protagonistas, Helena, interpretada por Taís Araújo. “Nasceu em Búzios, mudou-se para o Rio de Janeiro ainda adolescente e tornou-se uma modelo famosa e bem sucedida. (...) Era uma mulher bonita, jovem e independente e valorizava seus traços negros” (SANTANA, 2010, s/n).

Segundo a autora Juliana Santana (2010), o afastamento da personagem de um núcleo negro e a sua condição social que não correspondia com a realidade brasileira dos negros tiveram bastantes críticas por membros do movimento negro. Mesmo assim, em outras novelas aumentou as encenações de homens e mulheres com cabelos cacheados e crespos. Um exemplo mais recente foi na novela Babilônia (2015), com a personagem Paula (Sheron Menezes) que numa cena no salão de beleza, nega o alisamento em seus cabelos crespos.

Compreende-se que, ao longo dos anos, a imagem do negro foi bastante banalizada nas teledramaturgias. Negava-se sua aparência, raízes culturais, possibilidade de discussão racial e o direito de voz do negro. Os papéis que os atores negros representavam pertenciam à marginalidade social. Após a ascensão social desse grupo e após as discussões do movimento negro, a inserção do ator e atriz negros nas novelas tornou-se mais sólida. Mesmo assim, não há a expressão forte negra nos enredos, porque o padrão de embranquecimento ainda persiste no imaginário coletivo.

### **2.3 A representação do negro no jornalismo**

Antes de analisarmos como o negro é representado pelo jornalismo, iremos fazer um balanço histórico desse produto midiático, com a pretensão de verificar os acontecimentos e concepções que interferiram na visão jornalística em relação ao negro nos dias atuais. O jornalismo e a imprensa surgiram 14 anos antes da independência do país, segundo os autores Richard Romancini e Cláudia Lago, citados por Machado (2012). Os primeiros jornais foram A Gazeta do Rio de Janeiro, de chapa branca e o Correio Braziliense, de caráter combativo.

Inicialmente, os jornais eram censurados pelo governo para que não criticassem a religião, a elite e os bons costumes. Porém, depois da Revolução Constitucionalista de Portugal, em 1820, “os jornais, caracterizados por seu caráter opinativo, passaram a estabelecer um debate a acerca das novas propostas de colonização do Brasil, despertando um sentimento autonomista e nacionalista no povo” (ROMANCINI E LAGO *apud* MACHADO,

2012, s/n). Enquanto isso, a imagem do negro era associada às ideias de violência, dependência, barbarismo, e exotismo, apoiadas com as teorias raciais europeias (SCHWARCZ *apud* MIRANDA, 2009, p.42).

Após a Abolição da Escravatura em 1888 e proclamação da República em 1889, o Estado não previu nenhum mecanismo de inclusão igualitário do ex-escravo. As oligarquias predominantes se acostumaram em excluir a representação “outro”, seja nos termos sociais, ou midiáticos. Nesse cenário, surge a imprensa negra em 1915 com os jornais O Menelick, O Clarim da Alvorada, O Getulino e a Princesa do Norte (SODRÉ, 1999, p.219).

Até o advento da Nova República, esta imprensa caracteriza-se pela tentativa de fazer o negro integrar-se na sociedade global: os textos, de feição rebuscado e literário, noticiam aniversários, casamentos, eventos sociais; veiculam protestos contra o preconceito racial; incitam à educação como recurso de ascensão social; condenam o alcoolismo e as práticas boêmias. Predomina a moral puritana, valorizada como meio de obtenção de respeitabilidade e equiparação aos padrões brancos (SODRÉ, 1999, p.219).

Os jornais da imprensa negra divulgavam a inclusão dos afrodescendentes, principalmente pela educação. Contudo, mesmo com a falta de liberdade de expressão na época Vargas (1930 a 1945) e na Ditadura Militar (1964 a 1985), os jornais negros não deixaram de alertar sobre as questões de raça e os problemas de socialização. Já a partir de 1980, com o discurso vigente no país sobre a democracia racial, a qual afirmava que negros, brancos e multados viviam sob condições de igualdade jurídica, Muniz Sodré (1999) aponta que haviam pequenos jornais negros motivados pelas aspirações do “Movimento Negro Unificado contra a Discriminação Racial (MNU)”. Esse movimento tinha a pretensão de desconstruir o mito da democracia racial brasileira e combater o racismo.

Enquanto isso, vemos que a grande imprensa brasileira, dominada por oligarquias da elite, tinha pretensões mercadológicas, não a serviço de uma inclusão e igualdade de todas as minorias. Essa elite molda o discurso e exerce poder direto na mídia, legitimando a desigualdade social pela cor da pele. Para exemplificar esse conflito, o especialista em Ciências Humanas, Francisco Ladeira (2014), afirma que os negros são tratados de modo humilhante nos programas policiais e encontram obstáculos em publicações da imprensa conservadora nas suas principais causas e reivindicações.

Por outro lado, recentemente devido às amplas discussões dos movimentos negros sobre a democracia racial e a ascensão social, os jornais denunciam os casos de racismo. Mas, segundo Ricardo Ferreira em seu artigo “Negro midiático: construção e desconstrução do

afro-brasileiro na mídia impressa” (2006), o maior problema no repasse da informação é a resistência ao termo negro, ao politicamente correto, em imagens, gráficos ou editoriais. Os termos “crioulo”, “negão”, “preto” entre outros devem ser substituídos:

(...) se necessário, use a forma negro (e nunca preto, *colored*, pessoa de cor, crioulo, pardo etc.). Mulato e mulata são aceitáveis quando se justificar a especificação, na notícia, da cor da pele da pessoa. No noticiário policial, só faça referência a negro quando se tratar de pessoa procurada: A polícia procura dois homens negros e um branco, acusados de... Nos demais casos, raramente há necessidade de falar em brancos, negros ou mulatos. No noticiário geral, a palavra só tem sentido se a própria pessoa se referir a ela ou se houver uma denúncia de discriminação racial. Por isso, não descreva um jogador, artista ou personalidade como, por exemplo: João da Silva, 32 anos, negro (a menos que o personagem proclame a sua negritude). A única exceção seria para casos muito incomuns (o primeiro presidente negro de um país, o primeiro cardeal negro, etc.). “O Estado não compactua com casos de racismo e os denuncia sempre” (Martins Filho, 1999, p. 119). Dessa forma, é possível observar que os princípios do politicamente correto ou um certo cuidado ao abordar grupos minorizados têm se constituído em certa preocupação dos veículos (FERREIRA, 2006, p.84).

Outra situação do negro no jornalismo, a qual precisa ser observada, é sua escassa representação no telejornalismo. A entrada desses profissionais no meio televisivo se deu na década de 70, mas é possível verificar que não passam da quantidade de 10 apresentadores de telejornais no país, de acordo com os dados fornecidos pelo Observatório da Imprensa (2007). Usaremos alguns exemplos desses profissionais, que mais se destacam, para analisarmos as suas apresentações juntamente com a representação do atributo fenotípico, o cabelo crespo/cacheado, objeto de estudo dessa pesquisa.

O primeiro exemplo é a jornalista Glória Maria, que estreou como repórter em 1971, no Jornal Nacional. Neste programa, foi a primeira repórter a aparecer ao vivo. Ela passou pelo "Jornal Hoje", "Bom dia Rio" e "RJTV". Também ficou por dez anos no programa dominical “Fantástico”, de onde saiu em 2008 e atualmente se encontra no “Globo Repórter”. Todos esses programas são da Rede Globo de Televisão<sup>9</sup>.

Em uma entrevista a Revista TPM (2011) Glória Maria comenta: “Muita gente não se conformava, como se fosse uma agressão eu estar ali”<sup>10</sup>. Sobre o cabelo, inicialmente, Glória Maria usava o *black power*, porém depois alisou as mechas. Mesmo assim ela afirma que voltaria a usar o cabelo crespo.

Eu usava o *black* quando ninguém usava. Cabelo curto quando ninguém usava! Eu entrei para a televisão com o cabelo liso quando era moda do *blackpower*, a época das panteras negras, o movimento dos negros americanos com ativistas como a

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://infograficos.oglobo.globo.com/revista-da-tv/jornalistas.html>> Acesso em: 20.09.2015.

<sup>10</sup> Disponível em: < <http://revistatpm.uol.com.br/revista/107/paginas-vermelhas/gloria-maria.html>> Acesso em 20.09.2015.



Angela Davis, então usava o cabelo como o dela... Depois mudei (Glória Maria em entrevista ao site O Fuxico, 2012, s/n).

Outra jornalista conhecida pelos telespectadores é Zileide Silva que começou sua carreira em 1978. Participou da cobertura de eleições presidenciais e do atentado de 11 de setembro<sup>11</sup>. Zileide Silva aderiu ao cabelo crespo e, recentemente, mudou o visual para cabelos mais curtos, mas ainda crespos.

Por fim, um exemplo mais recente é a jornalista Maria Júlia Coutinho, conhecida como Maju, e apresentadora da previsão do tempo no Jornal Nacional, também da Rede Globo. Ela também adere ao cabelo crespo, mas em julho de 2015 sofreu preconceito por meio de comentários racistas e ofensivos na página oficial do *Facebook* do Jornal Nacional. Após o acontecimento, jornalistas, famosos e internautas aderiram à campanha *online* #SomosTodosMaju.

A vítima manifestou, no horário do telejornal, o contentamento ao apoio do público, afirmou que já sabia lidar com situações preconceituosas e que vem de uma família militante na causa negra e, por isso, conhece os seus direitos. Maju encerrou dizendo: “Os preconceituosos ladram, mas a caravana passa”<sup>12</sup>. Ao final, William Bonner, editor-chefe e apresentador do jornal, assegurou que os colegas jornalistas da emissora repudiaram a situação.

Com o suporte dos exemplos citados, verificam-se as tentativas de representar melhor o afro-brasileiro no jornalismo. Contudo, é preciso analisar se ele não está sendo um produto, como afirma Gabriel Leão no artigo “Apenas um produto negro no telejornalismo” (2011):

Há nesse panorama aqueles que venceram barreiras e conquistaram seu espaço pela qualidade e também esforços de alguns membros nas alas superiores que apresentam uma postura progressista ansiando por igualdade. Este processo é, inclusive, mais saudável ao capitalismo, tanto que minorias cada vez mais têm nichos próprios e interação com outros no mercado. Essa visão pela aparência do negro e outras minorias para determinar quem apresenta as notícias é tão danosa quanto aquela que coloca em dúvida a qualidade de um jornalista em decorrência de suas origens e trata tanto negros, brancos, asiáticos e outros grupos como meros joguetes no tabuleiro (LEÃO, 2011, s/n).

Em conclusão, de maneira lenta e gradual, percebemos que os negros começaram a ganhar espaço no jornalismo a partir das pautas que denunciavam casos racistas, o cuidado com os termos referentes a eles nos textos e a suas inserções no telejornalismo. Ainda é necessária

<sup>11</sup> Disponível em: < [http://infograficos.oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/jornalistas/zileide-silva-8015.html#description\\_text](http://infograficos.oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/jornalistas/zileide-silva-8015.html#description_text)> Acesso: 20.09.2015.

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2015/07/maju-comenta-apoio-preconceituosos-ladram-mas-caravana-passa.html>> Acesso: 20.09.2015.

uma participação maior desse grupo nos programas televisivos e que os assuntos pautados por esse grupo sejam discutidos de maneira ampla e igualitária. A democracia racial no jornalismo está sendo construída, mas é preciso voltar para as questões étnicas e raciais, não somente para as questões mercadológicas.

## 2.4 O negro na publicidade e propaganda

Novamente, a fim de compreender os papéis dos afro-brasileiros na mídia atual, iremos fazer antes um balanço histórico da publicidade no país, com o objetivo de observar as consequências e paradigmas que permaneceram ou que mudaram ao longo do tempo referentes aos negros. A publicidade e a propaganda surgiram no país com a oralidade dos vendedores, mascastes e ambulantes com cartazes e panfletos de seus produtos. Também surgiram nos jornais impressos com espaços dedicados a venda, compra, troca e fuga de escravos.

Segundo o autor Schwarcz, citado por Miranda (2009), a linguagem dos anúncios era menos rígida do que a linguagem dos textos jornalísticos, e também é possível observar as expressões faladas e os costumes daquela época colonial. Além disso, podemos observar nos anúncios a linguagem que tratava os escravos como objetos e propriedades, igual ao tratamento oferecido pelos seus donos:

Fugiu Americo, crioulo de 38 a 39 anos, alto e bem feito de corpo, bons dentes, costuma fazer a barba, usa bigode, conversa bem, traja bem é bom carpinteiro e pedreiro, leva consigo algum dinheiro que é seu, é bonito é escravo de estimação (Província de São Paulo, 1877 *apud* MIRANDA, 2009, p.48).

ATENÇÃO – Vende-se para o mato uma preta [...] de idade quarenta e tantos anos, muito sadia e bastante robusta, sabe bem lavar e cozinhar o diário de uma casa, vende-se em conta com por haver precisão, no beco do largo, n.2, na mesma casa em que se vende tartaruga verdadeira (FREYRE *apud* MIRANDA, 2009, p.49).

Ainda no século XX, o negro continua sendo representado de modo semelhante à época colonial isto é, o escravo fiel, o bestial (violento, bruto, malandro), caricatural (com a alusão à estética, macaco, tição), a mulher lasciva, sexualizada ou ainda a características positivas como talento para música e futebol, astúcia e ingenuidade (BROOKSHAW, 1983, p.47). Na época Vargas, com o advento dos meios de comunicação voltados para propagar estratégias políticas, as elites procuraram excluir a questão racial e robustecer o embranquecimento valorizando a mestiçagem. Joel Zito Araújo certifica:

Na história das nossas mídias audiovisuais, o desejo de branqueamento da nação, ideário que já estava consolidado desde o século XIX, acabou por se tornar um peso imagético, uma meta racial que nunca provocou rebeldias. Ao contrário, tornou-se

convenção e naturalizou-se como estética audiovisual de todas as mídias, incluindo-se especialmente a TV, o cinema e a publicidade. (ARAÚJO *apud* MIRANDA, 2009, p. 73).

Com esse anseio de branqueamento, os meios de comunicação, que possuem papel central e influenciador na cultura brasileira, promoveram a exclusão dos afro-brasileiros. De acordo com Adriana Roso e mais autores (2002), esse procedimento de exclusão pode ser sutil, porém bastante produtivo, pois procura transformar o “diferente” (minorias) em o “igual” (maioria). “Quanto mais pessoas agirem de forma massificada, mais se pode vender em uma sociedade de consumo”. No caso do Brasil, seria vender o estereótipo branco por meio da publicidade e propaganda a todos os grupos raciais.

Ainda nesse processo de branqueamento, as propagandas reforçam a autoimagem, autoestima, o ego ideal, sustentados pela ideologia de mercado perfeito e sujeito ao equilíbrio natural (SODRÉ, 1999, p.252). Em consequência, elas apoiam o ego ideal relacionado ao indivíduo branco e robustecem na população negra a auto-discriminação devido à internalização de modelos negativos sobre si mesmo. Exemplificando, os espaços publicitários destinam a exibição de brancos bonitos, revelando também a inferioridade da beleza negra e a negação de suas marcas fenotípicas como cabelo crespo e pele escura.

Todavia, em meados da década de 90, houve a inclusão do negro na mídia publicitária devido aos debates sobre essa questão, ascensão social negra e o mercado com mais públicos segmentados. Naquela época, os esforços do *Marketing* detectaram o sentimento de exclusão dos consumidores de pele escura em itens de consumo, e cerca de 71% afirmaram, em pesquisas mercadológicas, ter a disponibilidade para adquirir determinados produtos que houvessem negros nas propagandas<sup>13</sup>.

Um exemplo significativo de inclusão dos afro-brasileiros na publicidade se deu na revista *Raça-Brasil*, com primeira edição em 1995. A revista trouxe matérias editoriais e anúncios que se voltam, de modo exclusivo, ao indivíduo de pele escura, valorizando suas características fenotípicas e sociais. Mostra-se também o plano de felicidade por meio do consumo. Houve sucesso de vendagem e publicidade, fato que proporcionou o agenciamento de modelos negros. O ponto do cabelo, forte item identitário, é quase que obsessivo nos anúncios e reportagens (SODRÉ, 1999, p.253). Contudo, o discurso sobre o cabelo é mais estético do que político.

---

<sup>13</sup>Dados retirados do livro *Claros e Escuros – Identidade, povo e mídia no Brasil* – André Sodré, 1999, p.253.

Um anúncio publicitário afirma que “os cabelos, como os olhos, são o espelho da alma” e faz uma bela mulher de pele escura proclamar: “Com American Hair, eu me transformei na mulher que sempre idealizei, completamente feliz, bonita e radiante”. O anúncio é típico da revista *Raça-Brasil*, uma das várias publicações que se dispõem a reconstruir, na virada do milênio, num país em que mais da metade da população é escura, a identidade do sujeito negro com valores afins aos da sociedade clara hegemônica, isto é, com uma ética baseada em valores estéticos como racialmente positivo (SODRÉ, 1999, p.253).

Portanto, com esse novo segmento de consumidores, mudou-se a visão de empresários e publicitários, a qual aponta para a inclusão dos negros e assim começaram a investir em produtos étnicos e modelos dessa etnia. O publicitário Nizan Guanes, fundador e presidente da Agência África, afirma que hoje preto é chique, pois quem quer ser moderno se veste de preto. “Os modelos negros cada vez mais fazem sucesso e a essência negra reflete-se em todas as culturas, pois onde há negro, há mais alegria e musicalidade. E isso se reflete na propaganda” (SANTANA, 2014, s/n).

Nas peças publicitárias, algumas vezes os modelos estão com o cabelo crespo em outros com cabelo alisado, dependendo do intuito da peça. Pode-se transmitir a valorização do cabelo, como transmitir ainda traços do branqueamento. Como consequência dessa propagação de traços próprios dos brancos, na infância e adolescência, indivíduos são ensinados a negarem seu cabelo por serem duros e difíceis de cuidar.

Mesmo em propagandas de produtos especificamente para a mulher negra, encontramos problematizações como shampoos para cabelos afrodescendentes (cacheados, crespos, ondulados). Os cabelos são taxados de rebeldes, volumosos, quebradiços, “cabelos ruins”, nunca valorizando a característica natural do cabelo, mas sim tentando transformá-lo em outra coisa, oferecendo para eles soluções para redução de volume e definição (MORAES, PAULA E MOREIRA, 2015, p.5)

Atualmente, esse cenário começou a mudar devido à valorização do cabelo afrodescendente e à procura de cosméticos específicos. Marcas como Dove, TRESemmé, Seda entre outras incluíram personagens negras com cabelos crespos em suas mídias publicitárias. Um exemplo é a campanha “Dove *Hair: Love Your Curls*” com o título “Ame seus cachos” que teve bastante repercussão na mídia e na Internet:

Em “Dove *Hair: Love Your Curls*”, meninas de cabelos cacheados são entrevistadas. Nenhuma está feliz com seus cachos. Todas sonham com cabelos lisos. O novo vídeo já começa com um dado de uma pesquisa: apenas 4 entre 10 garotas de cabelos cacheados gostam deles assim. Depois, vem a mensagem: “O melhor jeito de mudar como elas se sentem sobre os cachos é mostrar como você se sente sobre os seus” (EXAME.com, 21/05/2015).

A publicidade brasileira, propagadora do branqueamento racial, mudou de perspectiva principalmente nos anos mais recentes. Com a participação do modelo negro com cabelo

cacheado/crespo, é possível transmitir autoestima para a minoria antes não representada. É importante salientar o questionamento se essa nova projeção é um jogo de interesses mercadológicos e estéticos, ou se é realmente uma mudança na visão identitária racial e no reconhecimento das origens africanas.

## 2.5 A valorização do negro nas redes sociais

Um meio de bastante alcance e auxiliador na valorização dos elementos raciais/culturais do afro-brasileiro são as redes sociais *online*, diferente da mídia tradicional. Desde a Pré-História as redes sociais existem no mundo. Elas são agrupamentos compostos por pessoas ou organizações que se relacionam por diversos modos e possuem valores em comum. A partir da década de 90, com o advento da Internet, surgiram os sites de redes sociais.

Sites de redes sociais foram definidos por Boyd & Ellison (2007) como aqueles sistemas que permitem: i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários e iii) a exposição pública da rede social de cada ator. Os sites de redes sociais seriam uma categoria do grupo de softwares sociais, que seriam softwares com aplicação direta para a comunicação mediada por computador (RECUERO, 2009 p.121).

Esses sites de redes sociais permitem a criação de estruturas de interação, pois o usuário ou o ator tem a possibilidade de enviar mensagens, postar conteúdos e receber comentários de internautas. Há a criação dos laços sociais que organizam os sistemas de troca, controle, dependência, cooperação e conflito (RECUERO, 2011, p.38).

O primeiro site de rede social criado foi o *classmates.com*<sup>14</sup> nos Estados Unidos, em 1995, com o objetivo de interligar amigos do colégio ou da faculdade. Em 1997, os *weblogs*<sup>15</sup> surgiram na Internet como ferramentas para os usuários divulgarem os interesses. Alguns usavam como “diários virtuais” ou para comentarem sobre humor, política, esporte, moda, entre outros assuntos.

Com a onda dos *blogs*, outras redes sociais surgiram como o *Facebook*, criado em 2004, pelos estudantes Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, e Chris Hughes, ex-alunos de Harvard para os alunos da universidade. Depois ele se expandiu para

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://www.sitedecuriosidades.com/curiosidade/qual-a-primeira-rede-social-criada-na-web.html>>. Acesso: 21.09.2015.

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://linhasdigitais.wordpress.com/2009/11/25/como-surgiram-os-blogs/>>. Acesso: 13.11.2015.

todos os internautas, ultrapassou a rede social *Orkut*, famosa naquela época, e hoje é considerada a maior rede social *online* com 800 milhões de usuários<sup>16</sup>.

A outra rede social é o *YouTube*, fundado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim em 2005<sup>17</sup>, sendo um site de divulgação e compartilhamento de vídeos digitais. Alguns usuários também usavam o *YouTube* para o mesmo fim dos *blogs*: “diários virtuais”, comentários sobre humor, política, esporte, entre outros. Hoje essa rede tem um público mensal superior a um bilhão de pessoas e segundo dados de 2013<sup>18</sup>, do próprio *Youtube*, 100 horas de vídeos são postados a cada minuto. De acordo com os dados da *Serasa Explain*<sup>19</sup>, o *Facebook* e o *Youtube* juntos atraem 90% das visitas a redes sociais no Brasil, em novembro de 2014.

É importante ressaltar que, o usuário inserido nessas redes sociais não é mais um sujeito passivo, como talvez pudesse ser em outras mídias: televisão, rádio, jornal impresso, etc. Nesse instante, os usuários são produtores e propagadores de conteúdos por intermédio de fotos, textos, comentários e vídeos. Simultaneamente, existe a troca com outros internautas por meio de visualizações, curtidas e comentários.

Mesmo com o branqueamento enraizado na sociedade, grupos e movimentos resistiram em defesa das pautas do movimento negro. Devido à associação do fácil acesso e amplo alcance das redes sociais, indivíduos de pele escura divulgavam suas pautas. Como exemplo, o grupo “Meninas Black Power”, com 56.333 curtidas<sup>20</sup> na página oficial do *Facebook*, propaga a transição capilar, estética, cultura, educação e política afrocentrada. Especificamente sobre a beleza negra, mulheres negras decidiram relatar sobre o reconhecimento nesse quesito:

Percebemos que a campanha de beleza negra realizada há cerca de trinta anos pelos movimentos negros deixou seus legados para as gerações atuais, e que esse discurso está presente em espaços sociais diversos como faculdade, movimentos negros e revistas. No entanto, o fenômeno não cria consciência total da situação que as populações negras se encontram, mas possibilitam outros olhares sobre o cabelo e

<sup>16</sup> Disponível em: < <http://rswebmarketingdigital.com.br/blog/historia-do-facebook-mark-zuckerberg/> > Acesso: 21.09.2015.

<sup>17</sup> Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube#Impacto\\_social](https://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube#Impacto_social)> Acesso: 22.09.2015.

<sup>18</sup> Disponível em: < <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/youtube-supera-marca-de-1-bilhao-de-acessos-ao-mes.html> > Acesso: 22.09.2015.

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/12/facebook-e-youtube-atraem-90-das-visitas-redes-sociais-no-brasil.html>> Acesso: 21.09.2015.

<sup>20</sup> Disponível em: < [www.meninasblackpower.blogspot.com.br](http://www.meninasblackpower.blogspot.com.br) > Acesso: 22.09.2015.

até então eram referenciados e pensados como lugares de feiura...(BENTO, 2012, p.16).

Essa campanha em prol da beleza negra é perceptiva na Internet também com apenas um internauta desempenhando o papel central na discussão. Em reforço disso, Primo (2009, p.115) fala que o usuário pode se tornar uma celebridade: “A Internet certamente permite a livre expressão e construção de uma reputação junto a um conjunto específico de internautas”. Tuner, citado por Primo (2009), ainda denomina o fenômeno de “*Do it yourself celebrity*”, porque os internautas em busca da fama utilizam ferramentas tecnológicas mais baratas como celulares, *webcams*, câmeras fotográficas e filmadoras para se comunicar com seus fãs. Sibilia (2008) afirma também no fenômeno da exposição do “eu”, o homem moderno é como *Homo privatus*, “pois se dissolve ao projetar sua intimidade na visibilidade das telas” (2008, p.89). Ela afirma também que a atmosfera moderna premia os indivíduos que têm a vontade de “ser diferente”.

Sobre a exposição do “eu”, mulheres jovens criaram páginas no *Facebook*, *Youtube*, *blogs* entre outras para expor conteúdos com práticas, orientações e valorização do cabelo crespo e do cacheado. Neste aspecto em particular, elas divulgam o processo denominado “transição capilar”, que consiste no tratamento dos fios ressecados e com química para voltarem ao natural.

Assim, construindo uma nova identidade, reconhecendo as origens e desenvolvendo laços sociais, internautas interagem por depoimentos, fotos, comentários, e-mails e compartilhamentos que na maioria das vezes mostram um aumento na autoestima. Para assumir um cabelo crespo ou cacheado, a mulher precisa reconhecer suas origens, aceitar-se desmitificando o padrão vigente, encontrar meios para o processo de transição que, às vezes, pode ser demorado e elevar a confiança em si mesmo, para combater situações preconceituosas.

Devido ao grande sucesso por meio de visualizações e criação de laços sociais nas redes, podemos citar como exemplos Rayza Nicácio e Gill Viana, celebridades da *Web* que aderiram à transição capilar. Rayza tem 369.514 seguidores<sup>21</sup> na página do *Facebook* e 487.015 inscritos<sup>22</sup> em seu *vlog* no *Youtube*. Enquanto Gill tem na sua página do *Facebook*, Coisa de uma Cacheada, 1.315.685 seguidores<sup>23</sup> e 178.126 inscritos<sup>24</sup> no seu *vlog*. Elas foram

<sup>21</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/rayzanicacio> > Acesso: 22.09.2015

<sup>22</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/rayzabatista> > Acesso: 22.09.2015

<sup>23</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/Coisasdeumacacheada/> > Acesso: 22.09.2015.

as primeiras personagens em âmbito individual, a partir de 2009, a anunciarem a transição capilar.

Com esse sucesso, marcas como TRESsemé, Seda, Dove e Natura começaram a investir em produtos para fios encaracolados e crespos. Outra marca como Salon Line dedicou a linha “Tôdecacho” exclusivamente para esse tipo de cabelo.

A marca TRESsemé fez parcerias publicitárias com as blogueiras citadas:

**Figura 2 – Peça publicitária da marca TRESsemé com RayzaNicácio, em abril de 2015**



(Fonte: [www.facebook.com/tresemmebr](http://www.facebook.com/tresemmebr))

**Figura 3 – Peça publicitária da marca TRESsemé com Gill Viana, em abril de 2015**



(Fonte: [www.facebook.com/tresemmebr](http://www.facebook.com/tresemmebr))

---

<sup>24</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/GillVianna> > Acesso em: 22.09.2015.



À guisa de conclusão, as redes sociais contribuíram bastante para a representação da mulher negra. O espaço possibilita a “voz”, diálogos e representatividade, diferentemente da televisão e da publicidade. Com os levantamentos dos casos sobre cabelo crespo/cacheado, podemos inferir três perspectivas: política, a de defesa e reconhecimento das origens africanas juntamente com as falas do movimento negro; estética, com a valorização do cabelo somente porque começou a ser considerado belo; ou publicitária, devido à inserção de um novo público iniciaram-se a produção de novos produtos para esse tipo de cabelo. Esses questionamentos serão analisados e respondidos nos próximos capítulos sobre procedimentos metodológicos e descrição da análise do objeto de estudo, a construção da identidade do cabelo afrodescendente em *blogs* da Internet.

## CAPÍTULO III

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O terceiro capítulo apresenta os procedimentos metodológicos desta monografia, voltados para a análise do objeto principal de estudo: a construção da identidade do cabelo crespo e cacheado sob as perspectivas estética, publicitária e política em *blogs* da Internet. Tendo em vista esse ponto de grande importância, os dois primeiros capítulos dedicaram-se à questão histórica/social do indivíduo afro-brasileiro e seu cabelo, bem como sua representação midiática com exemplos nos jornais televisivos, telenovelas e publicidade, e, por fim, a inserção desse indivíduo nas redes sociais *online* juntamente com o discurso político do cabelo crespo/cacheado.

Com o advento da Internet, criou-se um espaço de diálogo nas redes sociais com o intenso fluxo de informações, sem limites geográficos e sem a necessidade do contato presencial. Nessas redes, predominam a comunicação vertical, ou seja, o emissor e o receptor possuem o mesmo poder de fala. Elas possuem grande alcance de pessoas e se destacam em relação aos veículos tradicionais que, por sua vez, possuem a comunicação de maneira horizontal, isto é o processo de comunicação é visto como linear e unidirecional, em que somente o emissor é empoderado. Podemos citar como exemplos de comunicação horizontal a televisão, o rádio, o jornal e a revista impressa.

Como a comunicação vertical das novas mídias possibilita a maior participação de todos, esses meios têm ganhado a preferência das pessoas. Segundo a pesquisa “O Futuro da Mídia”<sup>25</sup>, realizada em 2009 pela Deloitte e pelo Harrison Grou nos Estados Unidos, Japão, Inglaterra, Alemanha, Japão e Brasil, 81% dos consumidores brasileiros têm como fonte de entretenimento o computador, superando a televisão. Além disso, 83% dos consumidores de mídia desenvolvem o seu próprio conteúdo. Enquanto 16% dos entrevistados leem revistas *online* ou impressas, 13% ouvem rádio e 12% leem jornais impressos.

Ademais, os sujeitos perceberam nas redes sociais a oportunidade de expressar opiniões e debates por meio de fóruns, textos, fotos, vídeos, entre outras ferramentas que são espaços de fala e podem ser vistas por muitos usuários. Temos como exemplo de discurso e tema desse projeto o caso de pessoas e grupos negros que revalorizam o cabelo crespo e demonstram esse argumento em *blogs*. Iremos analisar como objeto específico, a construção

---

<sup>25</sup> Disponível em: < <http://cartamaior.com.br/?/Coluna/Internet-vs-Midia-tradicional-mudanca-sem-retorno/22174>> Acesso: 07.08.2015.

da identidade do cabelo afrodescendente sob as seguintes perspectivas: política, o cabelo como símbolo de resistência contra o estereótipo imposto pela sociedade e que traz discussões sobre questões de identidade, preconceito e embranquecimento; estética, o cabelo como um novo estilo ou um ícone passageiro da moda; e publicitária, como um novo produto o qual estimula a inserção do mercado de cosméticos.

É importante analisar o objeto de estudo nas redes sociais *online*, porque, como citado anteriormente, elas proporcionam a exposição de informações, têm a preferência de acesso pelos usuários, e proporcionam a criação de laços sociais (RECUERO, 2011, p.38). Além disso, as mídias sociais foram um dos primeiros espaços a discutirem o cabelo afrodescendente, tendo em vista que ele tinha baixa representatividade em outros meios, como vimos no capítulo II. Todos esses pontos podem inspirar um internauta a assumir seu cabelo crespo/cacheado, e nesse momento se sentir reconhecido.

Em uma análise prévia feita pela pesquisadora na rede, antes de recortar o tema e o objeto do trabalho, verificou-se que, na *Web*, o cabelo é uma questão discutida na maioria das vezes por mulheres negras. Algumas delas têm a visão estética e publicitária do cabelo afrodescendente. Enquanto para outras, o cabelo não é somente uma instância estética e mercadológica e sim de política e resistência.

Esses exemplos serão objetos dos procedimentos metodológicos, porque o conteúdo sobre cabelo crespo/cacheado disponível de junho a setembro de 2015, em *blogs* como “Blogueiras Negras”, “Meninas Black Power”, “Cacheia.com” e “Meu cabelo crespo é amor”, é mais embasado com uma visão crítica dos autores e corresponde exatamente aos conceitos e questionamentos mencionados nos capítulos anteriores sobre a expressão estética, midiática e da conjuntura social/política do negro brasileiro.

Antes de articular os procedimentos metodológicos desta pesquisa, será explicado brevemente o conceito de “diário virtual”, ou *Blog* como é conhecido popularmente, para entendermos melhor a análise do objeto e também a seleção de critérios para escolha das páginas.

### 3.1 O fenômeno do *Blog*

A expansão da Internet para o uso comercial, ocorrida na década de 1990, possibilitou uma gama de novas formas de comunicação e interação entre os usuários. No pano de fundo desses novos meios encontra-se, em uma perspectiva idealista, a igualdade de fala para todos, uma vez que essa fala não se delimita apenas para grupos ou empresas influenciadores na opinião pública. Nessa perspectiva, podemos citar como exemplo de uma das primeiras formas de comunicação na *Web* e que permite a expressão de interesses dos internautas, a ferramenta *weblog*. Do termo “*weblog*”, John Barger criou o termo “*blog*”, em dezembro de 1997:

O termo “*weblog*” foi primeiramente usado por John Barger, em 1997, para referir-se a um conjunto de sites que “coleccionavam” e divulgavam links interessantes na *web* (Blood, 2000), como o seu Robot Wisdom. Daí o termo “*web*” + “*log*” (arquivo *web*), que foi usado por John para descrever a atividade de “*logging the web*”. Naquela época, os *weblogs* eram poucos e quase nada diferenciados de um site comum na *web* (AMARAL, RECUERO e MONTARDO, 2009, p. 28).

Para Schmidt, citado por Amaral, Recuero e Montardo (2009, p.30), os *blogs* são *websites* frequentemente atualizados onde o conteúdo é postado em uma plataforma regular e disposto em ordem cronológica reversa. Os leitores quase sempre possuem a opção de comentar nas postagens individuais e são reconhecidos com uma URL (*Universal Resource Locator*) isto é, um endereço virtual único. Em outra perspectiva, Marlow, citado por Amaral, Recuero e Montardo (2009), defende o *blog* como uma rede que se destaca das demais pelo âmbito social em função das interações e pela possibilidade do usuário ou internauta interagir por meio de comentários. Em alguns exemplos, os *blogs* estão associados a sites e seus textos trazem informações mais detalhadas de acordo com a sua temática.

Em 1999, surgiram os primeiros serviços gratuitos para criação dos *blogs* pessoais como o: Pitas ([www.pitas.com](http://www.pitas.com)) e Blogger ([www.blogger.com](http://www.blogger.com)). Assim, qualquer usuário podia se cadastrar e construir sua página com os modelos de sua preferência. Ele também pode escolher a disponibilidade, ordem e informações que irão aparecer nos *posts*. Com o sistema *Web 2.0* desenvolve-se a oportunidade de agregar fotos, vídeos, mapas, entre outros tipos de mobilidades, os quais permitem o estreitamento entre a geração de informações ao vivo, tempo e espaço.

O uso do *blog* era destinado, inicialmente, à escrita de um “diário virtual” com pensamentos, relatos e vivências dos autores. Agregando a isso, o fenômeno da revelação do “eu” apontado por Sibilia (2008), predomina nos *blogs*, pois os internautas encontram meios

de se expor, gerar atenção e obter pessoas que o percebam. Por isso, os comentários são importantes porque funcionam como subsídios motivacionais para os autores.

O conjunto que representa os *blogs* do mundo inteiro, nominado por “blogosfera”, cresceu com grande rapidez. Segundo os dados fornecidos pelo blog Linhas Digitais<sup>26</sup>, no ano de 1999, o número de *blogs* era estimado em menos de 50; no final de 2000, os números eram de poucos milhares. Já em 2003, os números cresceram para 2,5 a 4 milhões, em média. Atualmente, de acordo com o estudo da *State of Blogosphere*, existem cerca de 112 milhões de contas<sup>27</sup>. No Brasil, segundo a pesquisa do “Mídia Dados de 2014” a qual demonstra o sucesso do blog, a ferramenta é uma das mídias sociais que tem mais alcance de usuários com a porcentagem de 71,2%<sup>28</sup>.

Segundo as autoras Amaral, Recuero e Montardo (2009), a ferramenta *online* permite também outras apropriações como a jornalística, política, institucional, literária, identitária, educativa e acadêmica. A primeira apropriação se especifica em noticiar fatos antes mesmo que sejam divulgados pela grande mídia. Também se especifica em expor opiniões e críticas em relação a um acontecimento ou a um discurso jornalístico. Um exemplo é o *Blog do Miro* ([www.altamiroborges.blogspot.com.br](http://www.altamiroborges.blogspot.com.br)), escrito pelo jornalista Altamiro Borges, que também possui finalidade política. O autor comenta sobre os fatos da política e da economia, e os discursos midiáticos.

Segundo as autoras Amaral, Recuero e Montardo (2009), a alternativa institucional é normalmente utilizada por organizações com o objetivo de mostrar ao público o histórico, a missão, valores, metas empresariais e notícias sobre o empreendimento e sua área de atuação. Enquanto na apropriação literária, os autores procuram expressar seus contos, histórias, pensamentos, interpretações, resumos e críticas sobre livros, estudos gramaticais, entre outros pontos.

A modalidade identitária busca mostrar as características culturais, sociais e políticas de um grupo, e está relacionada ao que esse conjunto pensa, seus traços, posicionamentos e projeções sociais. Há também a apropriação de mestres, professores e instituições escolares para ensinar matérias aos alunos por meio de *blogs*. Por fim, os acadêmicos aproveitam a

---

<sup>26</sup> O blog Linhas Digitais é desenvolvido por aluno da turma formada em 2009 de Jornalismo da Universidade Estadual de Londrina (UEL) e propõe a discussão das novas tecnologias e sua relação com a comunicação.

<sup>27</sup> Disponível em: < <http://www.sitedecuriosidades.com/curiosidade/qual-a-primeira-rede-social-criada-na-web.html> > Acesso: 21.09.2015.

<sup>28</sup> Disponível em: < <http://sunflower2.digitalpages.com.br/html/reader/119/38924> > Acesso: 09.10.2015

ferramenta a fim de compartilhar conteúdos, artigos, trabalhos e pesquisas, facilitando o acesso a materiais acadêmicos.

Atualmente, a modalidade de blog moda e beleza tem obtido grande alcance. Os blogueiros profissionais, predominantemente do sexo feminino, postam textos, vídeos, e imagens de coleções de roupas, novidades da moda, montagem de “looks”, dicas para cabelos e divulgação de cosméticos. Essas mulheres tornam-se celebridades no mundo virtual e as marcas investem em publicidade nessas páginas. De acordo com o infográfico feito pela *Big House Web*, 44% das mulheres afirmam que seus blogueiros favoritos influenciam na sua decisão de compra<sup>29</sup>. No caso específico das pessoas com o cabelo crespo ou enrolado, existem *blogs* de celebridades como Rayza Nicácio e “Beleza Interior?” com Maraisa Fidelis as quais expõem esse elemento na percepção estética e não necessariamente que remeta a identidade afro-brasileira.

Mais do que uma retratação personalizada, o blog simboliza um artefato cultural. “É um símbolo de comunhão (...). Ele torna infinitamente imutável e gera muitas auto-referências e narrativas mutuamente definidoras. Sua legitimidade se dá pelas práticas vividas das pessoas que os criaram” (SHAH *apud* Amaral, Recuero e Montardo 2009, p.31). Há um sentimento compartilhado virtualmente, uma vez que se constrói como um ambiente de marcações culturais de determinados grupos no ciberespaço, nos quais se recuperam seus traços culturais.

Exatamente com a proposta de restaurar os traços culturais, alguns internautas e grupos negros usufruem de *blogs* para promover uma ampla discussão sobre as origens, o papel do negro na sociedade, a agenda de pautas, a valorização cultural, bem como a apreciação do cabelo crespo/cacheado. Nesta pesquisa, serão analisados esses tipos de *blogs* com a finalidade de entender como a questão do cabelo é debatida como item bastante notório, um símbolo de resistência. Além disso, o cabelo será analisado nesses *blogs* sob as perspectivas estética e publicitária.

### 3.2 Critérios de Seleção dos blogs a serem analisados

Ao verificar na Internet os *blogs* de movimentos negros percebeu-se que há uma vasta quantidade de páginas, pois segundo o Google, atualmente o maior site de pesquisa *online*, aparecem 1.120.000 resultados em 0,33 segundos. Quando se digita o termo “*Blog* mulheres

---

<sup>29</sup> Disponível em: < <http://bighouseweb.com.br/?s=decis%C3%A3o+de+compra> > Acesso: 09.10.2015.

negras” são exibidos 1.180.000 resultados em 0,32 segundos, sendo a maioria referente ao quesito estético.

Assim, é preciso delinear melhor a amostra de *blogs* que contêm informações sobre a beleza negra, chamando atenção para o cabelo crespo/cacheado como signo identitário africano, para percebemos como essa identidade é construída no meio virtual. Quando se digita “*Blogs* cabelos crespos e cacheados” aparecem 423.000 resultados em 0,45 segundos. Com essa pesquisa na rede, foi possível conhecer a variedade de informações e ela envolveu a delimitação de critérios de seleção dos *blogs* para uma profunda análise. Assim foram elencados três critérios fundamentais de seleção:

### **1. *Blogs* com temática identitária negra e que sejam brasileiros**

Conforme os conceitos teóricos desta monografia e o objeto de estudo, é imprescindível que esses *blogs* pertençam à temática negra brasileira e estética. Dessa forma, excluem-se *blogs* de estrangeiros. As ferramentas podem ter informações sobre identidade, preconceito, religião, política, arte, relações interpessoais, moda, beleza, publicidade, entre outras concepções atribuídas a esse grupo afrocentrado. Pela especificidade desse trabalho, é necessário que os *blogs* tenham uma aba ou postagens sobre cabelo crespo e encaracolado.

### **2. Ter atualização frequente**

Os *blogs* devem ser atualizados com a frequência semanal, a cada duas semanas ou mensal. Conteúdos atuais são importantes para a análise profunda sobre o cabelo crespo/cacheado. Além disso, com esse critério evitamos selecionar *blogs* que, efetivamente, já não existem mais. A atualização frequente é um critério para definir a sobrevivência.

### **3. *Blogs* com mais acessos**

Serão selecionados os *blogs* que têm mais acessos, a partir dos resultados de busca que aparecem no Google com os termos “*Blogs* movimentos negros”, “*Blogs* mulheres negras” e “*Blogs* de cabelos crespos e cacheados”. Outra forma de pesquisa foi a rede social *Facebook*, com a procura de páginas com números exatos de seguidores sobre o tema cabelo crespo, *blackpower* e mulheres negras. Escolhemos os que têm mais acesso porque eles alcançam mais leitores com os seus conteúdos. O maior acesso é um critério para verificar a influência e a interação do público daquele *blog*.

Tendo em vista esses três critérios, quatro *blogs* foram selecionados. No quadro a seguir, mostram-se os nomes e os números de seguidores no *Facebook*, uma vez que não foi possível verificar o número de acessos desses *blogs*. Optou-se por escolher um com menos número de seguidores no *Facebook* em virtude da adequação exata aos critérios de seleção, ao contrário de outros *blogs* que não atingiram o critério de atualização frequente.

**Quadro 1- Apresentação dos *blogs* selecionados para pesquisa.**

<b><i>Blogs</i> selecionados</b>	
<b>Nomes</b>	<b>Seguidores no <i>Facebook</i></b>
Blogueiras Negras	217.818
Meninas Black Power	56.499
Cacheia.com	53.489
Meu cabelo crespo é amor	5.712

Fonte: autoria própria

### 3.3 Metodologia

Para fins de investigação do objeto serão utilizados os procedimentos metodológicos da pesquisa exploratória aliada à pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo. Segundo Gil (2002), a pesquisa exploratória busca acarretar maior familiaridade com o problema para torná-lo mais explícito ou formar hipóteses. Esse tipo de pesquisa também tem como objetivo o aperfeiçoamento ou descoberta de ideias. De acordo com Saldanha (2014), a conclusão da pesquisa exploratória será um objeto mais esclarecido e passível de investigação.

No problema desta monografia, a pesquisa exploratória serve para tentar explicar melhor e formular hipótese acerca do fenômeno virtual de exposição do cabelo crespo e cacheado com visões política, estética e publicitária. Portanto, o fenômeno foi trabalhado para ganhar caráter científico com conceitos na pesquisa bibliográfica, apresentada nos dois primeiros capítulos. Enquanto os fatos serão apresentados na análise de conteúdo dos *blogs*.

#### 3.3.1 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica é constituída com fundamentos em materiais elaborados principalmente com livros e artigos científicos (GIL, 2002, p.44). Segundo o mesmo autor, as pesquisas sobre ideologias e aquelas que observam as diversas posições em torno de um problema, costumam ser desenvolvidas por meio das fontes bibliográficas. Também é



possível entender ocorrências históricas e entender uma gama ampla de eventos, e diferentes visões sobre o problema.

Neste trabalho tal modelo de pesquisa foi utilizado para levantar conceitos, contextos históricos e dados para fornecer uma cientificidade ao objeto, o cabelo afrodescendente. A partir do levantamento de informações, foi possível fomentar a discussão realizada durante todo esse trabalho com os conceitos em relação aos negros brasileiros até chegar à inserção desse grupo nas redes sociais *online*. Essas concepções foram apresentadas por autores como Freyre (2003), Sodré (1999) e Gomes (2002) em relação aos fatos históricos dos negros no país, bem como suas características físicas e psicológicas. Além deles, Santos (1983), Bento (2002) e Fanon (1980) discutem sobre raça, miscigenação e embranquecimento. Para a construção do significado do cabelo crespo/cacheado para os indivíduos negros foram citados Oliveira (1976), Narô (2013), Gomes (2002) e Lody (2004).

Na pesquisa bibliográfica foi pensada também a representação midiática dos negros em conjunto com seu ideal de branqueamento por Rafael (2004), Sodré (1999) Araújo (2008) e Santana (2010). Os significados, o início das práticas, a percepção do negro e do seu tipo de cabelo pela teledramaturgia, jornalismo televisivo e impresso, e a publicidade e propaganda foram discutidos por pesquisadores como Romancini e Lago (2012), Ferreira (2006), Leão (2011), Silva e Erbolato (1986), Schwarcz (2001), Miranda (2009), Roso e mais autores (2002) e Moraes, Paula e Moreira (2015).

Para concluir essa parte da pesquisa são trazidas as contribuições sobre redes sociais *online* com Recuero (2011), sobre celebridades na *Web* Primo (2009) e em complemento, Sibilia (2008) traz a exposição do “eu” nesse meio. Durante toda a explanação de teorias visando uma maior contribuição factual, foram expostos dados de pesquisas, exemplos de exposições e interpretações dos negros e seus cabelos em torno das mídias tradicionais e virtuais.

Em suma, a pesquisa bibliográfica colaborou para entendermos profundamente o pano de fundo, o contexto, as proposições passadas e atuais, e o processo de construção da identidade do signo cabelo crespo/cacheado na sociedade brasileira.

### 3.3.2 Análise de conteúdo e categorias

O outro componente da pesquisa exploratória para este trabalho é a análise de conteúdo. Segundo Bardin (1979) a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, uma vez que elas não são decodificadas detalhadamente por todos os leitores. Para isso, faz-se necessário elencar categorias que levem o pesquisador a ter uma nova interpretação com objetivo de verificar o pensamento ou ideologia embutidos nas informações.

Desse modo, três fases são definidas por Bardin (1979) visando à melhor assimilação por parte do pesquisador. A primeira é a pré-análise, “fase de organização propriamente dita” (BARDIN, 1979, p. 95). Trata-se do momento de instituições com a finalidade de sistematizar as ideias iniciais para esmiuçar um plano de trabalho. Algumas condições foram determinadas para esta pesquisa como período de tempo para análise, objeto de estudo e suas categorias.

A segunda fase definida pela autora é a codificação, isto é, a transformação sistemática dos dados brutos do texto em unidades que permitem a percepção exata dos assuntos. A última fase é o tratamento dos resultados finais da codificação por intermédio de inferências e interpretações.

Seguindo as três fases, percebe-se que a análise de conteúdo proporciona novas compreensões em relação ao objeto. Neste capítulo, iremos levantar as condições da pré-análise que são o período de análise dos *blogs*, o objeto de estudo com suas categorias escolhidas com a finalidade de esboçá-lo com mais cautela. No próximo capítulo serão apresentados os produtos finais da fase de codificação e o tratamento dos resultados por meio de inferências, conclusões e considerações finais.

**Quadro 2- Elucidação das condições da Pré-Análise**

<b>Condições da Pré-Análise</b>	
<b>Período de publicações a ser analisado</b>	Devido à atualização frequente dos <i>blogs</i> e para visualizarmos mais informações, decidimos analisar as publicações durante o período de 05 meses, do início de junho ao término de setembro de 2015. Esse recorte de período foi feito para estar mais próximo com o tempo da análise de conteúdo, que será realizada no próximo capítulo.
<b>Objetivo da análise</b>	Averiguar a construção da identidade do

	cabelo crespo e cacheado sob as perspectivas política, estética e publicitária.
<b>Quantidade de categorias definidas</b>	Elaboraram-se cinco categorias de classificação para compreender o processo de construção do cabelo afrodescendente nos <i>blogs</i> selecionados.

Fonte: Autoria própria

Tendo em vista o grande conjunto de *blogs* e diversidade de conteúdos encontrados sobre cabelo crespo/cacheado, definimos cinco categorias para auxiliar na análise de acordo com os princípios e interpretações da pesquisa bibliográfica, ou seja, a forte questão negra juntamente com debates raciais, midiáticos, publicitários e estéticos. Escolhemos também categorias para averiguar a participação e *feedback* do público internauta, interações que servem de subsídios motivacionais para essas páginas.

**Quadro 3- Definição das categorias de classificação**

<b>Categorias</b>	
<b>Número</b>	<b>Nome</b>
<b>1</b>	Principais conteúdos e interações com outras redes sociais
<b>2</b>	Propagandas de marcas para o item cabelo
<b>3</b>	Debate sobre a questão negra no quesito cabelo
<b>4</b>	Espaço de participação do público nas postagens
<b>5</b>	Comentários dos leitores

Fonte: Autoria própria

A seguir, cada categoria será explicada detalhadamente:

**Categoria 1 (Principais conteúdos):** Serão relatados, de forma geral, os principais assuntos dos *blogs*. Depois, focaremos também nos textos publicados sobre o cabelo afrodescendente, analisando sob qual perspectiva é construída sua identidade: estética, publicitária e/ou política.

**Categoria 2 (Propagandas de marcas para o item cabelo):** Aqui iremos exibir e analisar as possíveis propagandas de marcas para os cabelos. Também serão relatados os casos em que não houver propagandas.

**Categoria 3 (Debate sobre a questão negra no quesito cabelo):** Nessa categoria serão analisados quais conceitos e discursos sob a perspectiva do cabelo afrodescendente como símbolo de resistência.

**Categoria 4 (Espaço de participação do público nas postagens):** O espaço de participação do público será observado pelos relatos de usuários nas próprias postagens do *blog*, verificando histórias pessoais, o período de transição capilar, o aumento na autoestima ou o reconhecimento como indivíduo negro por meio do cabelo. Alguns *blogs* que discutem sobre identidade expõem testemunhos de leitores, e dessa forma, é possível ver a sua influência ou ideia defendida.

**Categoria 5 (Comentários dos leitores):** A última categoria direciona-se em investigar a presença ou ausência de comentários, por parte dos leitores, nos textos sobre os cabelos crespos/cacheados.

Conforme a proposta deste capítulo, o trabalho possui caráter exploratório numa tentativa de compreender a constituição da identidade em volta do cabelo afrodescendente na *Web*, com recorte nos *blogs*. Foi preciso entender toda a contextualização do objeto do Brasil e suas maneiras de representações na mídia, na telenovela, no jornalismo, na publicidade e na Internet. A partir da definição metodológica, definiu-se um plano de análise que já conta com a pesquisa bibliográfica e a análise de conteúdo nessas ferramentas virtuais. No próximo capítulo serão apresentados os dados, explorações e conclusões por uma busca de uma visão geral e fundamentada acerca do cabelo.

## CAPÍTULO IV

### 4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE

Após toda a trajetória percorrida com o estudo da contextualização histórica/social do afrodescendente e as interpretações de seu cabelo, com a análise do indivíduo negro na esfera midiática e virtual, e por fim, com a apresentação dos procedimentos metodológicos escolhidos para analisar o objeto de estudo, isto é, o cabelo afrodescendente, este último capítulo tem como intuito mostrar o material coletado e as principais descobertas encontradas sobre o objeto nos *blogs*, que foram selecionados no terceiro capítulo.

Neste capítulo iremos demonstrar a segunda e a terceira fase da metodologia adotada, ou seja, a análise de conteúdo. A segunda fase é a codificação, e de acordo com Bardin (1979), diz respeito à transformação sistemática dos dados brutos do texto em unidades que permitem a percepção exata dos assuntos. Já a terceira fase, segundo a autora, corresponde ao tratamento dos resultados finais da codificação por intermédio de inferências e interpretações. Dessa forma, essas fases colaboram para a descoberta da construção do cabelo afrodescendente em *blogs* e permite que seja verificado em qual sentido é predominante nessa construção: estético, publicitário e/ou político.

Para tal procedimento metodológico e melhor organização dos dados e interpretações, o capítulo será dividido em três partes: dados gerais dos *blogs* analisados, dados específicos sobre cada *blog*, de acordo com as categorias de análise e por último, as considerações gerais. A primeira parte se dedica a analisar os dados gerais que são o número de postagens analisadas ao total, o número de postagens de cada *blog* e o gênero dos autores. Esse momento serve como introdução para o entendimento dos *blogs*. Enquanto na segunda parte, iremos ponderar os principais elementos de cada *blog*, segundo as categorias. Por fim, a última parte irá mostrar a comparação de pontos em comum e divergentes entre todas as plataformas; e as considerações gerais que trazem a interpretação da identidade do cabelo afrodescendente.

Também tentaremos fazer nessas fases uma correlação com os conceitos dos autores citados na pesquisa bibliográfica, a fim de fomentar teoricamente as ideias embutidas nos conteúdos *online* e fazer uma ponte entre a pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo.

#### 4.1 Dados gerais

De acordo com os critérios de seleção dos *blogs* apresentados no último capítulo, foram selecionados quatro páginas: “Blogueiras Negras” ([www.blogueirasnegras.org](http://www.blogueirasnegras.org)), “Meninas Black Power” ([www.meninasblackpower.blogspot.com.br](http://www.meninasblackpower.blogspot.com.br)), “Cacheia.com” ([www.cacheia.com](http://www.cacheia.com)) e “Meu cabelo crespo é amor” ([www.meucabelocrespoeamor.com.br](http://www.meucabelocrespoeamor.com.br)).

O período de análise determinado corresponde de junho a setembro de 2015. De acordo com os filtros aplicados para a seleção dos *blogs* e do material a ser estudado, ao total, foram analisadas 62 postagens. A seguir, o quadro apresenta as postagens de cada *blog*:

**Quadro 4- Distribuição das postagens analisadas de cada *blog*.**

<b>Postagens de cada <i>blog</i></b>	
<b><i>Blogs</i></b>	<b>Postagens analisadas</b>
Blogueiras Negras	01
Meninas Black Power	09
Cacheia.com	49
Meu cabelo crespo é amor	03
Total	62

Fonte: autoria própria

Percebeu-se que o *blog* “Cacheia.com” possui mais postagens a serem analisadas devido a sua atualização bastante frequente sobre o tema cabelo. Eles publicam, em média, 10 postagens por mês, enquanto os outros *blogs* têm uma maior variedade de temas e, por isso, durante o período de análise foram encontrados esses números menores de postagens sobre cabelo afrodescendente.

Ao verificarmos a distribuição de gênero pelos autores dos *blogs*, percebemos a dominância de mulheres negras. No quadro a seguir, os nomes das autoras são mostrados de acordo com o *blog*:

**Quadro 5- Distribuição das autoras de cada *blog*.**

<b>Autoras de cada <i>blog</i></b>	
<b><i>Blogs</i></b>	<b>Autoras</b>
Blogueiras Negras	Mulheres negras que compõem o Coletivo Blogueiras Negras. A equipe de coordenação do blog é formada por Charô Nunes, Larissa Santiago, Maria Rita Casagrande, Nênis Vieira e Thiane Neves Barros.
Meninas Black Power	Mulheres negras que compõem o Coletivo Meninas Black Power. As

	postagens sobre cabelo afrodescendente são escritas pelo Grupo de Trabalho e Moda, e Élica Aquino.
Cacheia.com	Ana Catarina Cizillo, Maressa de Sousa, Mariana Boaretto, Rayza França e Ster Leite.
Meu cabelo crespo é amor	Olívia Pilar.

Fonte: autoria própria

Observamos aqui a dominância do gênero feminino em relação ao reconhecimento do cabelo crespo/cacheado, visto que essa parte do corpo foi historicamente rejeitada de maneira mais intensa nas mulheres negras, em razão do ideal de beleza que supervalorizava as características das mulheres brancas. Além disso, o cabelo é elemento importante para as mulheres afrodescendentes, porque é bastante expressivo, e lembra sua identidade e sua autoestima.

## 4.2 Dados específicos – Análise de categorias

Nesta parte, iremos apresentar os principais resultados de cada *blog* segundo as cinco categorias de análise discutidas no capítulo anterior: principais conteúdos e postagens sobre cabelo afrodescendente, propagandas de marcas para o item cabelo, debate sobre a questão negra no quesito cabelo, espaço de participação do público nas postagens e comentários dos leitores.

### 4.2.1 – Blogueiras Negras

O *blog* “Blogueiras Negras” é uma comunidade *online* com mais de 1.300 mulheres, e tem o anseio de ser referência para mulheres afrodescendentes e pessoas que apoiam o feminismo e o esforço antirracista. Criado em 2012, o coletivo produz um conteúdo, atualizado 05 vezes por semana, sobre gênero, raça, luta contra racismo, sexismo, homofobia, classismo e gordofobia.

Nós fazemos nossa própria história através de nossa própria escrita, uma ferramenta de luta e resistência. Viemos para contar nossas histórias, nos exercitarmos numa atividade que é continuamente negada em uma sociedade estruturalmente desigual e discriminatória (BLOGUEIRAS NEGRAS, 2015, s/n).

No *blog*, há o compartilhamento de histórias pessoais que têm em comum o mesmo sentimento de luta em defesa da negritude. Como o autor Shah, citado por Amaral, Recuero e Montardo (2009), afirma que há um símbolo de comunhão que gera auto-referências e assim, sua legitimidade se dá pelas práticas vividas.

Figura 4–Apresentação do *blog* Blogueiras Negras

Fonte: [www.blogueirasnegras.org](http://www.blogueirasnegras.org)

Para o estudo do objeto a partir desse *blog*, iremos analisar o perfil conforme as categorias no período de cinco meses (junho a setembro de 2015).

### **Categoria 1 (Principais conteúdos e postagens sobre cabelo afrodescendente):**

O “Blogueiras Negras” produz variadas informações sobre identidade, cotidiano, preconceito, infância, juventude, educação, religião, resistência, política, violência, saúde, beleza, corpo, sexualidade, saúde, beleza, estilo de vida, moda, esporte, entre outros assuntos. Existe uma aba para mulheres negras notáveis que se destacaram por alguma ação ou militância como Angela Davis, militante norte-americana dos anos 60 e Viola Davis, primeira atriz negra a ganhar um prêmio no *Emmy Primetime Awards*, evento que contempla os melhores atores e programas da televisão norte-americana.

Percebeu-se que as postagens possuem, como pano de fundo, questões ideológicas ou articulação de debates. Podemos citar como exemplo, o texto publicado em setembro de 2015 “*Candomblé é TRADIÇÃO, ANCESTRALIDADE, RESISTÊNCIA*” que evoca a valorização da cultura e religião africana. O texto aborda o fato da religião africana ser retratada na mídia de maneira estereotipada e superficial. É interessante observar esse ponto já que, como o vimos no capítulo I, o autor Muniz Sodré (1999) aponta que houve um apagamento de aspectos da cultura negra, ignorando as contribuições dessa etnia para a sociedade brasileira.



Pra começar, não há nada de descolado em ser de religião de matriz africana. Não é alternativo nem religião da moda. O que me espanta é ver como a nossa mídia ainda sustenta superficialidade e continua representando aspectos da cultura negra de maneira esvaziada, estereotipada, deturpada. Essas religiões tem tradição, fundamentos, regras na sua existência. (...) Querem falar sobre os jovens no Candomblé e da Umbanda? Identifique que essas são religiões de matriz africana, elas têm origem, elas têm tradição, memória, história, estrutura, que resistem de geração em geração, que são heranças culturais (BLOGUEIRAS NEGRAS, 2015).

No caso específico do objeto de estudo, foi encontrada uma postagem sobre cabelo afrodescendente durante o período de análise. Postado em junho de 2015, o texto “Sobre os meus cabelos crespos” é um relato pessoal da autora Tássia Nascimento, que também é leitora do *blog*, sobre o uso do seu cabelo crespo de forma alisada na adolescência e as consequências em sua autoestima e identidade.

Eu definitivamente não o fazia por uma simples escolha, eu queria aquilo porque me fora apresentado como representação do ‘belo’. Aos treze anos de idade eu alisei o meu cabelo não porque aleatoriamente achei que seria interessante. Eu o fiz porque tinha isso como referência e só parei quando as consequências foram mais drásticas do que a suposta recompensa pela tentativa de adequação. Perdi cabelo e permaneci sem ser poupada pelos colegas dos apelidos estigmatizantes (BLOGUEIRAS NEGRAS, 2015).

Ainda naquele contexto de minha adolescência eu insisti na lisura e acreditei por um longo período que o objetivo era apenas agradar a mim mesma. Ledo engano. Geralmente nos sentimos bem quando o coletivo reage de maneira positiva e de acordo com a nossa expectativa. Assumir o cabelo crespo geraria expectativa negativa porque vivemos em uma sociedade racista que o entende como ‘feio’ (BLOGUEIRAS NEGRAS, 2015).

Já ao final do texto, Tássia Nascimento explica o reconhecimento do seu cabelo crespo. Houve o processo de entendimento da sua identidade, assim oferecendo um novo significado para o cabelo crespo. “(...) consegui descortinar em minha cabeleira ‘a surpresa de mil espertas espirais’, contrariando a ‘monotonia da lisura’” (BLOGUEIRAS NEGRAS, 2015).

## **Categoria 2 (Propagandas de marcas para o item cabelo):**

Não houve nenhum tipo de propaganda ou menção de produto na postagem analisada do *blog* “Blogueiras Negras”. A narrativa do texto mostra o “eu” da autora. Como Sibília (2008) diz: o indivíduo projeta a sua individualidade nas telas, nesse caso, as telas virtuais. Além disso, a narrativa é composta por elementos que envolvem identidade, embranquecimento racial e reconhecimento.

### **Categoria 3 (Debate sobre a questão negra no quesito cabelo):**

A visão do cabelo crespo no texto publicado pertence ao âmbito político, como foram constatados os conceitos de embranquecimento racial brasileiro e de identidade. Explanando essa visão e esses conceitos, a autora afirma na publicação que vivemos num país racista, o qual passou por um processo de embranquecimento e evidencia também que fomos submetidos a um padrão de beleza:

O tempo todo somos apedrejadas com os padrões de beleza que colocam a mulher branca, de olhos claros e cabelo liso como algo a ser alcançado. Além disso, somos quase sempre responsabilizadas pela nossa aparência e cobradas a respeito da quantidade de esforço empreendido para alcançar as exigências dos padrões estéticos. Alisar o cabelo não foi uma simples escolha, portanto, foi na realidade, uma tentativa de me aproximar inconscientemente desse padrão (BLOGUEIRAS NEGRAS, 2015).

Nessa tentativa de aproximação do padrão de estética, Arraes (2013) diz que desde na infância a aparência negra passa pelo procedimento de “naturalização do processo de embranquecimento racial”. Como desdobramento deste processo racial, aqueles indivíduos que não possuem características na aparência conforme o padrão sofrem “ferimentos morais” (OLIVEIRA, 1976, p.16). No texto foi possível verificar esses ferimentos morais quando os colegas de escola da autora a apelidavam e faziam más comparações do seu cabelo crespo. Essas situações não estimulavam a autora a gostar da própria identidade.

Portanto, Tássia Nascimento ratifica a necessidade desse conflito racial ser resolvido, pois faz com que as pessoas negras rejeitem suas identidades. Assim, como Oliveira (1976) defende a identidade como aceitação do “eu”, Tássia Nascimento complementa em atribuir um novo significado ao cabelo afrodescendente. “Hoje vejo como é imprescindível problematizarmos esse processo uma vez que ele carrega consigo a tentativa de esconder a textura natural dos nossos cabelos crespos” (BLOGUEIRAS NEGRAS, 2015).

Após fazer uma leitura aprofundada da publicação do espaço “Blogueiras Negras” em correlação com as teorias dos autores da pesquisa bibliográfica, depreende-se a construção do cabelo crespo como um ato político e identitário, isto é, o processo de autoafirmação do tipo de cabelo e revalorização das origens africanas acarretando no empoderamento da mulher negra, em contrapartida ao ideal estético imposto, oriundo do embranquecimento.

#### **Categoria 4 (Espaço de escrita do público nas postagens):**

Devido ao formato colaborativo do *blog* “Blogueiras Negras”, é possível que um usuário envie o seu texto para ser publicado. Conforme a publicação analisada, o espaço de escrita do público no *blog* foi cedido para Tássia Nascimento que é uma usuária e se interessou pela temática. Quando a equipe do *blog* faz uma postagem aparece como autor “Blogueiras Negras” ou o nome de algum membro feminino componente da equipe de coordenação.

#### **Categoria 5 (Comentários dos leitores):**

A postagem recebeu 15 comentários os quais parabenizavam o texto, mostravam que os usuários se identificavam com a história de Tássia Nascimento e alguns citavam seus exemplos pessoais sobre o cabelo crespo/cacheado. A maioria dos comentários era feita por mulheres, mas houve um comentário de um homem relatando o processo de negação das suas origens étnicas:

Muito boa análise, sobretudo por não ser acusadora disto ou daquilo, mais sim analítica e propositiva. Como homem negro que vive e busca enegrecer cada vez mais e também é convidado a todo o momento cortar esse cabelo, raspar a barba, perder a identidade, torna-se invisível na multidão de cabeças raspadas e caras lisas para negar ao máximo as origens étnicas, digo não a viver entre o lá e o aqui, no limbo racial (SILVIO OMOLU, 2015).

Uma leitora comentou na postagem manifestando identificação com a história narrada e ao final, chamou atenção para o empoderamento feminino negro:

Tássia, parabéns! Identifiquei-me muito com a sua história! Foram anos tentando ser alguém que eu não era, anos de baixa autoestima. Mas hoje, aos dezoito anos, me sinto e livre e feliz comigo mesma! Uma neguinha empoderada! E, nossa, eu não tinha noção sobre o quanto uma neguinha empoderada e estudada incomoda tanto as pessoas! (VANESSA MOREIRA, 2015).

A partir dos comentários dessa postagem, percebemos a tímida presença de um homem negro, a qual nos faz refletir que ele também passa por um processo de negação da sua identidade. Outro ponto que percebemos com os comentários de identificação, em virtude da história narrada, foi o reconhecimento do “eu” no “outro” (OLIVEIRA, 1976, p.16) exemplificado quando o leitor, ou seja, o “eu”, fizer a leitura da situação da autora, ou seja, o “outro”. Esse reconhecimento proporciona uma melhor aceitação identitária do leitor, já que ele vê sua identidade representada por outra pessoa.

#### 4.2.2 – Meninas Black Power

O *blog* “Meninas Black Power,” criado em setembro de 2012, é uma das plataformas virtuais usadas pelo Coletivo Meninas Black Power. Esse grupo é formado por mulheres negras que trabalham para conscientizar o valor da própria mulher negra, do cabelo crespo natural, como também de outras características afrodescendentes. O trabalho também possui uma veia prática, por meio de atividades educativas, para o público infanto-juvenil e adulto, além da atuação em redes sociais e outras mídias.

O coletivo é organizado em grupos de trabalho nas suas áreas de atuação: educação, histórico-político, comunicação, cultura, moda e beleza. Já no *blog* as abas são: resistência, educação, cultura, saúde e beleza. É permitida a participação do público nas postagens por meio do envio de textos para o *blog*, via *e-mail*.

**Figura 5—Apresentação do *blog* Meninas Black Power**



Fonte: [www.meninasblackpower.blogspot.com.br](http://www.meninasblackpower.blogspot.com.br)

A seguir, iremos analisar a visão do *blog* segundo as categorias de análise.

#### **Categoria 1 (Principais conteúdos e postagens sobre cabelo afrodescendente):**

O *blog* “Meninas Black Power” dispõe assuntos acerca do universo afrocentrado em sub temas como resistência, educação, representatividade, cultura, literatura, saúde, transição capilar, beleza, produtos e promoções. Esses subtemas são demonstrados por meio de entrevistas, depoimentos pessoais, textos informativos, infográficos, imagens entre outros. A

plataforma também dispõe sobre a participação do coletivo em eventos, como o I Seminário Internacional Encrespando, cujo tema é "Refletindo a Década Internacional dos Afrodescendentes (ONU) - 2015-2024", que será realizado em novembro de 2015 na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio. Percebeu-se que, as postagens além de apresentar um teor político também manifestam projeções publicitárias, incentiva a valorização da estética negra e traz reflexões sobre a identidade.

No caso específico do cabelo afrodescendente, encontramos oito postagens entre junho e setembro de 2015. A primeira, publicada em junho, tem o título “MPB<sup>30</sup> testou – Linha *Nutrihair* Cachos” e discorre sobre a experiência do uso dos produtos para cabelos crespos e cacheados da marca *Nutrihair*, por parte de algumas integrantes do coletivo durante um mês. Há a descrição dos produtos e os efeitos no cabelo. Além disso, há também um depoimento de cada integrante relacionado ao uso da linha. Os depoimentos contêm elogios, mas também contêm uma crítica de uma internauta: “Percebi uma maciez muito grande, mesmo sem qualquer *leave in*. Já o *Gloss* Modelador não me agradou muito” (MENINAS BLACK POWER, 2015).

Na segunda postagem “#FalandodeTransição com Thaynara Araujo”, em junho, há o depoimento pessoal de uma leitora do *blog* referente ao seu processo de transição capilar, desde a utilização de relaxamento e escova progressiva no cabelo na infância e adolescência até deixar as madeixas em formato natural. Esse tipo de publicação serve de inspiração para outros usuários, considerando que eles se sentem motivados a aderirem à transição capilar. Em julho, a postagem “7 Mitos sobre cabelos crespos naturais para não acreditar mais” tem como intuito reposicionar os conceitos sobre o cabelo natural numa tentativa de desmitificar o que é falado de forma errônea, como “Cabelo crespo não cresce!”, “Você deve lavar seu cabelo de vez em nunca”, entre outros.

Há mais duas postagens nomeadas por “Kit MPB” que fornecem dicas de produtos para cabelo, como grampos, pentes, fitas elásticas, dicas de maquiagem e pele usadas pelas integrantes do grupo “Meninas Black Power”. Outra postagem “Tenta pra ver! – Gabrielo e o BC<sup>31</sup>” traz o relato de um homem que cortou partes do cabelo danificadas por produtos químicos para assumir as madeixas naturais. Já na publicação “Somos o que somos”, a autora Renata Moraes, mãe de uma menina de quatro anos chamada Elis, descreve a situação

---

<sup>30</sup> MBP é a abreviação do termo Meninas Black Power.

<sup>31</sup> BC é a abreviação Big Chop – tipo de corte de cabelo que serve para tirar as partes do cabelo danificadas por tratamentos químicos.

preconceituosa a qual a filha sofreu quando outra menina disse que o seu cabelo crespo era feio:

Estávamos no aeroporto em Brasília voltando para o Rio. Passamos rápido por uma lanchonete já na área de embarque e uma criança branca, lisa e loira, toda de rosadinha, já com o lanche na mão, olha para a Elis e grita: "Cabelo feio!". Gritou bem alto. A menina tinha uns três anos, com certeza reproduz o que ouve em casa ou na escola. Eu e o meu marido olhamos para ela bem sérios e ela abaixou a cabeça (MENINAS BLACK POWER, 2015).

Por fim, a última postagem do período analisado “19 coisas que pequenas negras não ouviram o suficiente” apresenta dicas práticas que os pais ou responsáveis podem dizer para as meninas negras para aumentarem sua autoconfiança, algumas dessas dicas se referem ao cabelo crespo/cacheado, como por exemplo, “Seu cabelo natural desafia a gravidade - você é mágica”, “Porque seu cabelo desafia a gravidade as pessoas vão querer tocá-lo. E você está autorizada a dizer ‘não!’ se não quiser que toquem ” e “Não há cabelo "ruim" (...) E qualquer um que te disser que há, está mentindo”.

### **Categoria 2 (Propagandas de marcas para o item cabelo):**

Constatou-se que houve propaganda de marca para o cabelo natural divulgada na publicação “MPB testou – Linha *Nutrihair* Cachos”, pois a *Nutrihair* enviou seus produtos para as autoras falarem sobre sua experiência com a linha. Na postagem havia a descrição dos produtos como *shampoo*, máscara condicionante, *gloss* modelador e fluido fixador.

Nas duas postagens “Kit MPB” são apresentados produtos que ajudam no manuseio e nos penteados para cabelo crespo/cacheado, como grampos, pentes e fitas elásticas. Porém, não há menções de marcas desses itens.

### **Categoria 3 (Debate sobre a questão negra no quesito cabelo):**

As postagens “#FalandodeTransição com Thaynara Araújo”, “7 Mitos sobre cabelos crespos naturais para não acreditar mais”, “19 coisas que pequenas negras não ouviram o suficiente” e “Tenta pra ver! – Gabrielo e o BC” expressam trechos que remetem às discussões sobre a questão negra e representatividade.

No primeiro texto, “#FalandodeTransição com Thaynara Araújo”, a autora discorre que meninas e mulheres negras são submetidas a um padrão imposto pela sociedade, diferente da estética negra. Ela relata: “Querem que disfarçemos nossos traços, nossa cor e, principalmente, nossos cabelos” (MENINAS BLACK POWER, 2015). Assim, percebemos

como o embranquecimento racial produz consequências nas pessoas negras, que devido à pressão que ele exerce, desejam se “branquear” (IANNI *apud* BENTO, 2002, p.23).

No mesmo texto, também é falado que essa imposição começa na infância e na pré-escola, e que a mídia disponibiliza um espaço irrelevante para representação negra. Há também um trecho sobre reconhecer o cabelo como ato político, acima do estético: “Não era mais apenas uma questão de ficar livre da química, e sim um ato de resistência, de amor a mim mesma, a minha cor e aos meus traços” (MENINAS BLACK POWER, 2015).

A postagem “7 Mitos sobre cabelos crespos naturais para não acreditar mais” engradece o movimento político atual sobre assumir a identidade negra, por meio do cabelo:

Felizmente estamos vivendo um movimento forte que apresenta as possibilidades do natural como forma de posicionamento político e, principalmente, de conhecimento da beleza que nunca foi vista como aceitável, mas que pode e deve aflorar em cada uma (MENINAS BLACK POWER, 2015).

Enquanto em “19 coisas que pequenas negras não ouviram o suficiente”, o discurso é bastante relacionado à valorização das origens afrodescendentes, ao fenótipo, à identidade e à promoção da autoestima de meninas negras. Em relação à apreciação das características negras a partir do movimento, Bento (2012) reafirma dizendo que a campanha de beleza negra, realizada há cerca de trinta anos pelos movimentos negros, deixou heranças para as gerações atuais, possibilitando outros olhares sobre o cabelo afrodescendente, antes visto como item de feiura. Essa ideia também está intrínseca à identidade e autoestima das mulheres negras.

Por fim, “Tenta pra ver! – Gabrielo e o BC” afirma a possibilidade de pessoas usarem seus cabelos naturais cotidianamente, pois isso não se limita apenas às personagens midiáticas. É interessante acrescentar a essa colocação o processo de representatividade midiática negra já que, como o vimos no capítulo II, o autor Joel Zito Araújo (2008) aponta que ele ganhou força nos anos 90 devido à ascensão social da população afrodescendente. Essa questão da representatividade juntamente com a perspectiva de pessoas simples usarem o cabelo crespo/cacheado é perceptível no seguinte trecho da postagem:

Tanta gente não tem noção de como o próprio natural é lindo! Deixa ele crescer, vê pelo menos a sua raiz. Agora multiplica ela por 10. Por 50... Por 100 centímetros além... Olha que lindo! Não são só as modelos de revista ou as dançarinas da Beyoncé que fica bem assim, não. Experimenta pra ver! (MENINAS BLACK POWER, 2015).

Com a análise da categoria que mostra como o *blog* faz o diálogo entre a questão negra no país e a sua consequência no cabelo crespo, conclui-se que o “Meninas Black

Power” enxerga o símbolo do cabelo não apenas como item estético e sim, político, de resistência no cotidiano, afirmação da identidade e busca a representatividade em vários espaços. Embora, seja preciso chamar atenção que o cabelo aparece também com abordagens estética e publicitária, já que existem propagandas de produtos e o envio de cosméticos para cabelo, a fim de serem testados pelas blogueiras. Algo que chamou a atenção da pesquisadora é a intenção do *blog* em trabalhar a apreciação do cabelo afrodescendente desde a infância no seu conteúdo, oferecendo dicas e reflexões que colaboram para a autoafirmação.

#### **Categoria 4 (Espaço de escrita do público nas postagens):**

No *blog* “Meninas Black Power” é permitido o espaço de escrita do público nas postagens e isso foi observado em dois textos: “#FalandodeTransição com Thaynara Araújo” e “Tenta pra ver! – Gabrielo e o BC” com histórias de pessoas que decidiram usar o cabelo natural. Os relatos pessoais do público podem ser enviados para o *blog*.

#### **Categoria 5 (Comentários dos leitores):**

Ao total, tiveram cinco comentários nas postagens, e alguns elogiavam os textos, mostravam apoio nos relatos ou contavam suas experiências. Um comentário de apoio nos chamou atenção no texto “Somos o que somos”, pois uma leitora diz a Elis que sofreu críticas por causa do seu cabelo crespo: “Elis linda! Sua dor é nossa dor!” (MENINAS BLACK POWER, 2015). Logo, percebemos a interação e o reconhecimento da leitora com o fato, formando assim um sentimento de luta contra o preconceito.

#### **4.2.3 – Cacheia.com**

O *blog* “Cacheia.com”, elaborado em 2013, é dedicado a mulheres com cabelos cacheados e crespos no processo de transição capilar. São expostas ideias, dicas, receitas caseiras, relatos pessoais, entre outras matérias relacionadas ao segmento de pessoas que resolveram assumir o cabelo natural.

No *blog* são dispostas abas de anúncio de marcas, *newsletter* com cadastro de usuários para receberem o boletim de novidades, categorias com sub-abas sobre cabelo e resenhas, que são relatos de testes feitos pelas autoras com produtos.



**Figura 6 – Apresentação do *blog* Cacheia.com**



Fonte: [www.cacheia.com](http://www.cacheia.com)

### **Categoria 1 (Principais conteúdos e postagens sobre cabelo afrodescendente):**

O “Cacheia.com” é um *blog* dedicado exclusivamente ao cabelo crespo/cacheado, logo todos os conteúdos são voltados para isso. Em algumas vezes, outros assuntos como identidade, autoestima e feminismo participam dos textos, porém com foco atrelado ao cabelo natural.

Ao acessar o blog, pode-se visualizar duas abas que permitem a leitura de todas as postagens do blog: “+ Categorias” e “Resenhas”. A aba “+ Categorias” apresenta os seguintes tópicos:

**Figura 7 - Apresentação da aba +Categorias**



Fonte: [www.cacheia.com](http://www.cacheia.com)

No primeiro tópico, “Cabelos crespos e cacheados”, há textos sobre *big chop*<sup>32</sup>, colorações, cortes, cronograma capilar com instruções sobre hidratação, nutrição e reconstrução, dicas de finalização, de penteados, receitas caseiras para hidratação e transição capilar. Em “Inspirações”, as publicações são voltadas para dicas e orientações para cabelos cacheados/crespos de crianças, relatos de leitoras sobre a rotina de cuidados com os cabelos, como também relatos de homens sobre os seus cabelos.

No tópico “Low/No Poo”, trata-se sobre as instruções da técnica capilar em que se utiliza *shampoos* sem ou com pouco sulfato<sup>33</sup> a fim de manter os óleos naturais do cabelo. No *LowPoo*, utiliza-se *shampoos* com pouco ou sem nenhum sulfato na rotina. Enquanto no *NoPoo* elimina-se completamente o sulfato. Já na sub-aba “Fala Leitora!” são dispostos os depoimentos de leitoras sobre identidade, a partir do uso do cabelo natural e resenhas de produtos.

Em “Salões”, as leitoras recomendam estabelecimentos de beleza para cabelos crespos e cacheados. Em “Crônicas” as autoras descrevem suas visões referentes ao cabelo sob as perspectivas políticas, de resistência, identitária, feminista e estética. Já em “*Blog*”, há postagens com vídeos que falam sobre indicações de produtos e documentários sobre o cabelo.

Na sub-aba “Pessoal” os textos são voltados para declarações sobre o processo de transição capilar, críticas sobre a “ditadura do cacho perfeito” que consistem na forte insistência em deixar as mechas bem definidas e sem fios rebeldes. Por fim, na aba “Resenhas”, as leitoras e autoras do blog escolhem e explicam sobre um produto para cabelos crespos/cacheados. A experiência com o cosmético e o resultado final também são mostrados.

Durante o período analisado, de junho a setembro, constatou-se o número total de 49 postagens, divididas pela aba “+ Categorias” com seus tópicos e “Resenhas”. Desse número, 15 postagens pertenciam ao tópico “Cabelos crespos e cacheados”, 08 pertenciam a “Resenhas”, 04 pertenciam a “Inspirações”, 04 para “Blog”, 01 para “Crônicas”, 01 para “Fala, leitora!”, 01 para “Salões”, 01 para “Low/No Poo” e 14 não estavam classificadas em nenhuma categoria.

<sup>32</sup>*Big Chop* é o tipo de corte de cabelo que serve para tirar as partes do cabelo danificadas por tratamentos químicos.

<sup>33</sup>O sulfato é o sal inorgânico, derivado do ácido sulfúrico, usado em shampoos com a finalidade de promover a ação detergente.

### **Categoria 2 (Propagandas de marcas para o item cabelo):**

No *blog* existe uma aba “Anuncie”, que consiste em um espaço voltado para as marcas entrarem em contato a fim de obter o *mídia kit*<sup>34</sup>. Percebemos que há a presença de alguns anúncios de marcas, que não se referem necessariamente ao segmento de cosméticos como a *Posthaus*, loja *online* de vestuário:

**Figura 8 - Apresentação dos anúncios no *blog* Cacheia.com**



Fonte: [www.cacheia.com](http://www.cacheia.com)

Além disso, na aba “Resenhas” e em postagens que fornecem dicas, vários cosméticos para o cabelo afrodescendente são mostrados e testados. Assim, é feita uma propaganda daquela marca para as leitoras.

### **Categoria 3 (Debate sobre a questão negra no quesito cabelo):**

Algumas postagens como “Por que a amizade entre mulheres é um ato político?”, “Posso alisar meu cabelo?”, “8 dicas para você aprender a cuidar do cabelo cacheado da(o) sua filha(o)”, “Papo 4C: transição capilar, cabelo crespo, produtos capilares e racismo” e “Cabelo crespo está na moda?” apresentam o quesito cabelo crespo/cacheado não somente sob o ponto de vista estético ou propagandístico, mas considerando outros significados identitários e sociais.

Em “Por que a amizade entre mulheres é um ato político?” discute-se que assumir o cabelo de maneira natural não é um ato somente privado e sim público, pois esse tipo de ação pode provocar mudanças na vida de outras pessoas. Ou seja, quando o padrão de beleza dominado pelo alisamento de cabelos é quebrado, uma nova identidade é assumida e pode

<sup>34</sup> Mídia kit é uma apresentação específica focada em veiculação na mídia, e que demonstra as qualidades e os potenciais do negócio.

encorajar outros a fazerem o mesmo. Oliveira (1976) aponta que um dos conceitos de identidade envolve o âmbito coletivo, pois há compartilhamento dos tributos em comum de determinado grupo, assim é possível reconhecer o “eu” no “outro”. Com o compartilhamento de ideias de um grupo, a postagem indica que a amizade entre mulheres reforça bastante esse diálogo, sem obrigar ninguém a seguir a nova identidade:

Nós já sabemos que existem padrões que nos aprisionam, e que algum dia nos forçaram a “alisar” o cabelo, nos forçaram a nos encaixar. Quando entramos em transição, quando deixamos nossas molinhas lindas e naturais, nós quebramos com esses padrões e assumimos uma nova identidade. Bom, a amizade entre mulheres entra nisso: incentive suas amigas alisadas a aceitarem o cabelo natural, porém não force: entenda que cada uma tem um tempo, não utilize isso para diminuí-la. Continuar alisada não significa que alguém não tem personalidade própria (CACHEIA.COM, 2015).

Na postagem “Posso alisar meu cabelo?” a autora responde esse questionamento que lhe foi feito por uma leitora do *blog*, afirmando que mesmo o “Cacheia.com” sendo voltado para o universo do cabelo crespo/cacheado, esse discurso não pode gerar preconceito com quem prefere usar o cabelo alisado. Portanto, a leitora pode assumir uma identidade a qual proporcionar o melhor bem-estar e autoaceitação. A postagem chama atenção para ter cuidado em sair de uma “ditadura” de padrão estético, que no caso refere-se ao alisamento, para outra “ditadura”, ou seja, o uso do cabelo natural com o excesso de cuidados em mechas bem definidas. Por fim, discutiu-se o rompimento de paradigmas em torno da beleza, mas é preciso ter consideração com os indivíduos que não optaram pela transição capilar.

Já no texto “8 dicas para você aprender a cuidar do cabelo cacheado da(o) sua filha(o)”, são fornecidas algumas instruções para o cuidado das madeixas, o qual pode impactar na vida da criança. Durante a postagem, alguns motivos são apresentados para os casos de alisamento do cabelo na infância: os pais decidiram manter os cabelos da criança alisados, por essa postura ser considerada “certa” pelo imaginário coletivo; mães que não sabem cuidar dos cabelos, fazendo penteados que os puxam para trás, a fim de dar um aspecto de mais liso, em que podemos perceber a “naturalização do processo de embranquecimento racial” (ARRAES, 2013, s/n); e, porque ouviram dentro de casa ou da escola apelidos ou ferimentos morais (OLIVEIRA, 1976, p.16) relacionados ao cabelo.

Em “Papo 4C: transição capilar, cabelo crespo, produtos capilares e racismo” temos narrativas de cinco convidadas da autora sobre a transição capilar, a aceitação do cabelo crespo, o uso de produtos, e os conflitos gerados com essa transição como o racismo. Numa narrativa, a convidada cita como um *blog* da *Web* a ajudou no processo de transição:

Como ninguém na minha família usava o cabelo natural, esperei primeiro ter condições financeiras pra bancar os cuidados com a cabeça sozinha e procurei informações na internet de como deveria cuidar do meu cabelo. Encontrei o blog Cabelo Crespo é Cabelo Bom e ele me ajudou muito, foi uma luz no fim do túnel (CACHEIA.COM, 2015).

Segundo Amaral, Recuero e Montardo (2009), os *blogs* de modalidade identitária buscam apresentar as características marcantes de um grupo que nesse caso específico é o cabelo afrodescendente. Mesmo com o reconhecimento concedido ao cabelo, o ideal de perfeição e aceitável pela sociedade é procurado pelas mulheres e representado na mídia. Uma das convidadas relata que existe a saída do padrão da sociedade repressora, mas que ocasiona em outro padrão, pois os cachos perfeitos são buscados de acordo com uma personagem da televisão, enquanto um cabelo de textura mais crespa com mechas não tão definidas ou o *black power* não são procurados.

Além disso, duas convidadas afirmam as situações de racismo enfrentadas, e ressaltam que para alguns, o cabelo crespo/cacheado é visto negativamente. Como Narô (2014) explica, o cabelo natural pode expressar relutância às normas sociais. Contudo, essas mulheres começaram a serem mais combativas diante de tais acontecimentos.

Eu ouço todos os dias. Não só ouço como sinto que minha simples presença incomoda muito em alguns lugares por conta do *black*. Principalmente entre minha família paterna que é branca com um belo toque daquele velho racismo velado. E não me calo para mais nenhuma ofensa, rebato sem dó. Antigamente tinha medo, era condicionada a isso. Hoje aprendi a ser mais combativa (CACHEIA.COM, 2015).

Na última publicação dessa categoria, “Cabelo crespo está na moda?”, o movimento de volta ao natural é indagado em ser apenas uma moda ou um processo que cria novos âmbitos de interação, a valorização crescente do cabelo afrodescendente e empoderamento feminino. A autora reflete que muita gente adere ao movimento confiante de que ele está na moda, porém ela contrapõe ao dizer que ter cabelos naturais não necessariamente representa um estilo ou personalidade, e sim é ter um cabelo natural simplesmente. Novamente é comentada a pouca representatividade do cabelo crespo, e assim percebe-se que a moda não contempla a todos os tipos de cabelo. A moda é passageira, enquanto o movimento suscita uma gama de avanços sociais e reais. Enfim, o texto é concluído do seguinte modo: “Assim, o cabelo natural representa para muita gente um caminho que começa a ser trilhado, que ainda vai enfrentar muitas curvas, mas que avança sem volta” (CACHEIA.COM, 2015).

**Categoria 4 (Espaço de escrita do público nas postagens):**

O espaço disponível do *blog* para “Contato” informa que caso algum usuário queira enviar sua foto, contar sua história ou fazer uma indicação basta entrar em contato na página do *Facebook* do “Cacheia.com”. Essas falas são expostas na aba “Fala, leitora!” com as postagens sobre transição capilar, “Salões” com indicações de estabelecimentos de beleza voltados para cabelo afrodescendente, “Inspirações” em publicações sobre os cuidados rotineiros com o cabelo e “Pessoal” com visões particulares e críticas do universo do cabelo natural.

**Categoria 5 (Comentários dos leitores):**

Quase todas as publicações do “Cacheia.com” possuem, em média, mais de cinco comentários para cada publicação. Foi interessante verificar que esses comentários eram de apoio ao conteúdo postado, sobre os produtos, depoimentos pessoais, sugestões ou dúvidas, sendo a maioria deles respondida pela autora da postagem. Percebemos então que, são construídos laços sociais (RECUERO, 2011, p.38) que permitem a troca e cooperação entre o *blog* e os usuários. Os comentários são de extrema importância para o *blog*, pois servem de incentivo para a publicação contínua de informações, novas ideias e abordagens.

#### 4.2.4– Meu cabelo crespo é amor

O *blog* “Meu cabelo crespo é amor”, criado pela jornalista negra Olívia Pilar em março de 2015, é uma extensão do projeto de mídia digital “Meu crespo é amor<sup>35</sup>”. Além de abordar sobre cabelo, o *blog* discute temas como representatividade, questão racial e feminismo.

Figura 9 –Apresentação do blog Meu cabelo crespo é amor



Fonte: [www.meucabelocrespoeamor.com](http://www.meucabelocrespoeamor.com)

O projeto “Meu crespo é amor” tem como objetivo criar um sentimento de empoderamento e de afirmação do cabelo crespo, espalhando mensagens pela Internet para homens e mulheres. São vinte opções de selos com frases motivacionais como “Eu apoio: todo crespo é lindo”; “Eu apoio: mais transição, menos preconceito”; “Eu apoio: mais amor, mais volume”. Esses selos podem ser compartilhados em *blogs* e sites, criando assim uma rede para defender essa causa.

<sup>35</sup>Projeto *online*, criado por Olívia Pilar, com o intuito de criar a ideia de empoderamento em relação ao cabelo crespo.

**Figura 10 – Apresentação dos selos do projeto “Meu cabelo crespo é amor”**



Fonte: [www.meucabelocrespoeamor.com](http://www.meucabelocrespoeamor.com)

A apropriação do *blog* pela autora pertence ao gênero opinativo por meio dos textos e vídeos produzidos. Além disso, no *blog* é exposto o “eu” da autora, como indicado anteriormente no capítulo III pela autora Paula Sibília (2008), com a exposição de reflexões e posicionamentos pessoais.

A seguir, iremos explorar o objeto de estudo abordado por esse *blog*, segundo as categorias de análise.

### **Categoria 1 (Principais conteúdos e postagens sobre cabelo afrodescendente):**

O “Meu cabelo crespo é amor” tem como temas principais a representatividade negra na mídia, questão racial, feminismo e cabelo. Especificamente sobre o assunto cabelo, o *blog* apresenta três publicações, no intervalo de tempo analisado.

Na publicação “Representatividade importa”, a blogueira Olívia Pilar discute sobre o processo de alisamento do seu cabelo afrodescendente por não encontrar uma atriz negra na televisão:

Em algum momento da minha vida, eu resolvi que deveria mudar meu cabelo. Eu não lembro quantos anos tinha, ainda era uma criança, mas isso com certeza foi motivado pelo fato de não encontrar uma atriz negra na televisão brasileira que me mostrasse que meu tom de pele e meu cabelo não eram inferiores aos cabelos lisos de pessoas brancas. Tem outros fatores, claro, mas esse teve um grande peso (MEU CABELO CRESPO É AMOR, 2015).

Olívia Pilar também discute sobre a baixa representatividade negra nas novelas, nos programas e seriados, mesmo com a população brasileira sendo composta por



afrodescendentes. Ao final da narrativa, a autora incentiva as pessoas que gostam de livros, seriados, produtos midiáticos a começarem a falar e a lutar para mudar essa situação de escassa representatividade.

Na postagem “[Vídeo] Transição” a blogueira relata o seu processo de transição capilar e sugere dicas por meio de um vídeo. Em “[Vídeo] Deixa o volume do cabelo!”, Olívia Pilar estimula as leitoras a aceitarem seu cabelo com volume e também fornece algumas dicas de como penteá-lo e deixá-lo volumoso.

### **Categoria 2 (Propagandas de marcas para o item cabelo):**

Não houve nenhum tipo de propaganda ou menção de produto nas postagens analisadas do *blog*. As narrativas são compostas por elementos como identidade negra, embranquecimento racial e representatividade.

### **Categoria 3 (Debate sobre a questão negra no quesito cabelo):**

Em “Representatividade importa”, percebemos o debate sobre a baixa representatividade negra na mídia brasileira. O mesmo questionamento é feito por Joel Zito (2008) quando afirma que até a década de 1990 não havia um protagonista negro. Devido a esse problema, meninas e mulheres negras são estimuladas a não assumir sua identidade e seu cabelo por não se reconhecerem nos personagens e, logo, acham que seus atributos são inferiores, como aconteceu no caso da autora do blog. Atualmente, os negros começaram a ganhar mais espaço de atuação, embora ainda seja de forma lenta e não igualitária as personagens de outras etnias.

Nas publicações “[Vídeo] Transição” e “[Vídeo] Deixa o volume do cabelo!”, é incentivado o uso do cabelo natural a partir da autoaceitação e reforça a necessidade de romper com o estereótipo de beleza contrário ao reconhecimento das origens africanas. Então, o cabelo é visto como um ícone identitário e político.

### **Categoria 4 (Espaço de escrita do público nas postagens):**

Não há o espaço de escrita do público nas postagens analisadas do *blog*.

### **Categoria 5 (Comentários dos leitores):**

Não há comentários de leitores nas postagens analisadas.

### 4.3 Considerações finais sobre a análise de conteúdo

Com relação a todos os elementos coletados e analisados nos dados gerais e específicos neste trabalho, foi possível delinear o processo e avaliar qual tipo de interpretação da identidade do cabelo afrodescendente por parte dos *blogs* destinados à causa afrodescendente. Porém, para demonstrar isso, iremos verificar os pontos significativos e em comum em todas as plataformas.

Em um panorama geral, os *blogs* “Blogueiras Negras”, “Meninas Black Power” e “Meu cabelo crespo é amor” apresentam temas variados sobre a afrocentralidade como gênero, raça, feminismo, valorização da cultura e das características negras. Enquanto isso, o “Cacheia.com” é voltado somente para cabelos. Todos os autores dos *blogs* pertencem ao gênero feminino e têm como objetivo o reconhecimento da negritude. Embora haja a tímida presença masculina em um comentário e em uma postagem, a questão de gênero feminino é determinante no tratamento do objeto de estudo.

Um item significativo que nos chamou a atenção é a argumentação sobre representatividade midiática exposta pelos *blogs* “Meninas Black Power” e “Meu cabelo crespo é amor”, sendo que no primeiro *blog* fala de exemplos de representatividade como os dançarinos negros da cantora norte-americana Beyoncé e o segundo já fala da pouca representatividade nas novelas e seriados brasileiros. Outro apontamento significativo são os *blogs* “Meninas Black Power” e o “Cacheia.com” que chamam atenção para os cuidados e a aceitação do cabelo afrodescendente na infância. Assim, desde cedo, as crianças são estimuladas a se sentirem confiantes e belas quanto a sua aparência.

Verificamos também a presença da publicidade de marcas para cabelo crespo/cacheado, como de marcas de outros segmentos, somente nos *blogs* “Meninas Black Power” e “Cacheia.com” com o teste dos produtos ou com anúncios. Por fim, um levantamento importante é a crítica da “ditadura do cacho perfeito”, promovida pelo “Cacheia.com”, pois algumas mulheres exigem que seus cachos estejam bem delineados, sem volume e sem *frizz*, o que nos leva a crer que ainda não há total aceitação do cabelo com cachos indefinidos, do cabelo com mais volume, do crespo ou do *black power*. O *blog* aponta que esse conflito deve ser percebido e é necessária a valorização dos cabelos negros não definidos.

Em uma comparação geral, todos os *blogs* debatem sobre o preconceito racial, o embranquecimento social, o padrão de beleza brasileiro, que exalta o alisamento capilar e os ferimentos morais ocorridos em pessoas de cabelo crespo/cacheado. Para combater esse padrão de beleza, encontram-se narrativas sobre o processo de transição capilar, a autoaceitação da identidade, ideias motivadoras para autoestima e o compartilhamento entre público e *blog*, a partir dos espaços cedidos para participação dos usuários e dos comentários nas postagens. Constatamos que não houve nenhum comentário negativo sobre a exposição do cabelo crespo/cacheado. Portanto, percebemos o compartilhamento entre o grupo de pessoas com cabelo afrodescendente, a criação de laços sociais (RECUERO, 2011, p.38) e o símbolo de comunhão (SHAH *apud* Amaral, Recuero e Montardo 2009, p.31) que criam auto-referências sobre o assunto.

Levando em consideração as interpretações do objeto de estudo, concluímos que o processo de construção do cabelo afrodescendente nos *blogs* tem caráter político, pois esse signo não é visto como algo somente estético, um ícone passageiro da moda ou um produto publicitário, mas sim como resistência contra o estereótipo imposto pela sociedade, e que consegue trazer pensamentos robustos sobre questões ainda mal resolvidas no país como preconceito e embranquecimento. Constatamos esse viés político quando os comentários revelam que muitas pessoas são inspiradas pelos *blogs* e desejam aceitar suas identidades, e dessa maneira negam as imposições estéticas e o paradigma do embranquecimento.

No entanto, ficou claro que há uma presença dos vieses estético e publicitário, pois a indústria de cosméticos detecta um nicho de mercado, já que verificamos a presença de propagandas e solicitações às blogueiras para teste e avaliação de produtos. Porém, isso não desmerece o movimento político. Em resumo, os *blogs* usam a identidade negra como estratégia política contra todo paradigma estético presente na sociedade, quando ocorre a ação do indivíduo se reconhecer como negro ao assumir o cabelo crespo/cacheado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do caminho percorrido em quatro capítulos, buscou-se constatar de que maneira a identidade do cabelo afrodescendente é formada em *blogs*. Foi possível perceber como as mulheres estabeleciam relações de aceitação com seus cabelos, não somente por uma questão estética, de achar belo, que é algo fundamental, ou por ter investimentos publicitários em cosméticos para esse tipo capilar, mas sim pelo reconhecimento de suas identidades. Portanto, elas começaram a enxergar o cabelo como signo político de luta contra o imaginário de branqueamento racial.

Por meio da pesquisa bibliográfica e de exemplos citados, percebemos a presença de um cenário dicotômico entre os casos preconceituosos em relação aos elementos da aparência física, dentre eles o cabelo, e a resistência de indivíduos e movimentos negros que enaltecem esse símbolo. De um lado, além da negação histórica do gênero feminino negro, existe a negação do seu cabelo devido à imposição do embranquecimento. Como exemplos, Teles (1999) cita o uso de ferro quente, pastas, alisantes e outras ferramentas de alisamento capilar. A mídia também traz vícios de branqueamento ao tentar “branquear” os afrodescendentes, como no caso de alisar o cabelo da atriz Thaís Araújo na novela *Cobras e Lagartos* (2004).

Por outro lado, pessoas negras persistem em valorizar seu cabelo como as jornalistas Glória Mária com o seu *black power* e Zileide Silva com o seu cabelo crespo. Também percebemos isso nas discussões sobre cabelo promovidas na *Web* por mulheres como Rayza Nicácio e Gill Viana e grupos como “Meninas Black Power”, “Blogueiras Negras”, entre outros. Infere-se que, mulheres ligadas à questão negra e à valorização da beleza utilizaram de ferramentas *online* para exibir suas identidades e assim, fomentar relações e inspirar outras a fazerem o mesmo.

Cria-se, portanto, um tipo de “amizade” entre essas mulheres presentes na *Web* e o público, um símbolo de comunhão (SHAH, 2005) por meio das histórias transmitidas sobre a transição capilar, comentários de reforço na autoestima e defesa contra situações preconceituosas que possam acontecer durante o processo de se assumir o cabelo natural. Exemplificando essa expressividade, frases apresentadas nos *blogs* como “Não há cabelo ruim!”, “Todo crespo é lindo!”, “Mais amor, mais volume!” e “Eu apoio: mais transição, menos preconceito” são aceitas pelas usuárias e, assim, são replicadas para amigos e familiares. Essas frases também fortalecem ainda mais o empoderamento feminino negro na

luta contra toda uma herança histórica de opressão e inferioridade das características físicas e psicológicas.

Como citado anteriormente, o trabalho teve como objetivo analisar a identidade do cabelo afrodescendente em *blogs* e, para isso, a análise de conteúdo de 62 postagens de 04 páginas detectou que esse símbolo físico possui uma forte veia política. Há uma discussão mais robusta sobre o cabelo que propõe a luta contra o padrão de alisamento e propõe que a escolha privada de aceitação possa sair para um âmbito público, a partir do momento em que uma mulher se inspira em outra que aderiu ao cabelo natural, passando essa causa para parentes e conhecidos. É importante lembrar que nos *blogs* analisados existe a presença de visões e cuidados estéticos com o cabelo e a inserção de anúncios publicitários de marcas, mas isso não sufoca o movimento político.

No entanto, é preciso reconhecer que os vieses estético e publicitário presentes nesses *blogs* e nas postagens analisadas estão formando outra dicotomia que aqui nomeamos de a “ditadura do cacho perfeito”. Trata-se de uma ambiguidade, já que a proposta é romper com modelos estéticos que limitam, negam a identidade, constroem a mulher e sua experiência com seu cabelo. Essa ditadura da perfeição possui o cruel conteúdo de também negar, em certa medida, o cabelo cacheado/crespo já que o obriga a estar disciplinado e organizado em um cacho perfeito. Percebemos que um dos *blogs* analisados, o “Cacheia.com”, faz uma crítica em relação a isso.

Destaca-se que essa monografia demonstra um primeiro empenho em compreender a identidade do cabelo afrodescendente nas mídias sociais, especificamente nos casos dos *blogs*. Para posteriores pesquisas, outras mídias podem ser observadas em virtude da variedade de interações que elas proporcionam para os usuários e das diferentes visões sobre o objeto de estudo. Sugere-se também o estudo do cabelo afrodescendente em mídias tradicionais as quais, agora, estão tentando se adequar ao seu reconhecimento. Ademais, diversos procedimentos metodológicos podem ser adequados para compreender melhor o objeto, como entrevistas, pesquisas participantes, grupos de discussão, entre outros.

Por fim, a discussão proposta pelo trabalho não se encerra aqui. Reflexões propostas nesse momento podem ser mudadas ou ter acréscimos de ideias. Segundo os dados e considerações extraídas da pesquisa sobre a identidade do cabelo afrodescendente, apontamos outros possíveis caminhos de investigação: observar a ditadura do cacho perfeito, chamar atenção para a pouca representatividade do cabelo crespo, analisar como é a construção

identitária do cabelo para pessoas que não são ou não se consideram como afrodescendentes, e verificar como empresas de cosméticos têm investido nesse novo segmento. Dessa forma, os levantamentos apresentados aqui podem ser úteis como fontes de pesquisas, comparações futuras e novas assimilações.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; e MONTARDO, Sandra. (orgs). **Blogs.com Estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. Disponível em: < <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/blogfinal.pdf>> Acesso em: 09 de outubro de 2015.

ARAÚJO, Joel Zito. **O negro na dramaturgia, um caso exemplar da decadência do mito da democracia racial brasileira**. Revista Estudos Feministas, vol. 16, núm. 3, 2008, Florianópolis. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38114361016>> Acesso em: 20 de setembro de 2015.

ARRAES, Jarid. **Anitta, embranquecimento e elitização**. Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/blog/2013/08/anitta-embranquecimento-e-elitizacao/>> Acesso em: 10 de novembro de 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/alasiasantos/analise-de-conteudo-laurence-bardin>> Acesso em: 09 de outubro de 2015.

BENTO, Luane. **Uso de imagens sobre os cabelos crespos das mulheres negras**, Niterói, 2012. Disponível em: <<http://www.aninter.com.br/ANAIIS%20I%20CONITER/GT04%20Rela%E7%F5es%20%E9tnicorraciais/USOS%20E%20IMAGENS%20SOBRE%20OS%20CABELOS%20CRESPOS%20DAS%20MULHERES%20NEGRAS-%20trabalho%20completo.pdf>> Acesso em: 16 de setembro de 2015.

BENTO, Maria Aparecida Silva. **Branqueamento e branquitude no Brasil. Psicologia social do racismo: estudo sobre branquitude e branqueamento no Brasil**. Rio de Janeiro. Vozes, 2002. Disponível em: <[http://www.ceert.org.br/programas/educacao/premio/premio4/textos/branqueamento\\_e\\_branquitude\\_no\\_brasil.pdf](http://www.ceert.org.br/programas/educacao/premio/premio4/textos/branqueamento_e_branquitude_no_brasil.pdf)> Acesso em: 26 de agosto de 2015

BETHELL, Leslie. **História da América Latina: América Colonial, volume 1**. Tradução Maria Clara Cescato. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2 ed. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?id=\\_uaHTXI0IE0C&printsec=frontcover&dq=BETHEL](https://books.google.com.br/books?id=_uaHTXI0IE0C&printsec=frontcover&dq=BETHEL)>

L,+1999&hl=pt-BR&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAGoVChMI\_6\_X-  
pmMyQIVh2QmCh39HA17#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 19 de agosto de 2015.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Estatuto da Igualdade Racial**. Dispõe sobre a instituição do Estatuto da Igualdade Racial, em defesa dos que sofrem preconceito ou discriminação em função de sua etnia, raça e/ou cor. Paulo Paim. Brasília, 2003. Disponível em: <[http://bvsmis.saude.gov.br/bvsmis/publicacoes/pop\\_negra/estatuto\\_racial.pdf](http://bvsmis.saude.gov.br/bvsmis/publicacoes/pop_negra/estatuto_racial.pdf)> Acesso em: 02 de novembro de 2015.

BROOKSHAW, Daniel. **Raça e cor na literatura brasileira**. Tradução de Marta Kirst. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1983. Série Novas Perspectivas. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=r5oqAQAAIAAJ&hl=pt-BR>> Acesso em: 21 de setembro de 2015.

CUNHA, Gustavo e ISENSEE, Filipe. Novela de maior audiência da Globo, ‘Roque Santeiro’ é eleita por João Emanuel Carneiro a melhor dos 50 anos da emissora. **Extra Globo**, 04 de novembro de 2015. Disponível em: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/novela-de-maior-audiencia-da-globo-roque-santeiro-eleita-por-joao-emanuel-carneiro-melhor-dos-50-anos-da-emissora-17956909.html#ixzz3rNzLgmaM>> Acesso em: 13 de novembro de 2015.

DEARO, Guilherme. Dove celebra cabelos cacheados em nova campanha. **Revista EXAME.com**, 21 de janeiro de 2015. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/dove-celebra-cabelos-cacheados-em-nova-campanha>> Acesso em: 21 de setembro de 2015.

FANON, Franz. **Pele Negra, Máscaras Brancas**. Salvador, EDUFBA, 2008. Disponível em: <[http://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2014/05/Frantz\\_Fanon\\_Pele\\_negra\\_mascaras\\_brancas.pdf](http://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2014/05/Frantz_Fanon_Pele_negra_mascaras_brancas.pdf)> Acesso em: 26 de agosto de 2015.

FARIAS Ana Karla. **A teoria da conspiração e a teoria do agendamento**. Observatório da Imprensa, 2015, ed. 858. Artigo disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/a-teoria-da-conspiracao-e-a-teoria-do-agendamento/>> Acesso em: 13 de setembro de 2015.



FERREIRA, Ricardo. **Negro midiático: construção e desconstrução do afro-brasileiro na mídia impressa**. Revista USP, São Paulo, n.69, p. 80-91, março/maio 2006. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/69/08-ricardo.pdf>> Acesso em: 20 de setembro de 2015.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & senzala - Formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. São Paulo: 48ª ed., Global, 2003. Disponível em: <[http://www.usp.br/cje/anexos/pierre/freire\\_gilberto\\_casa\\_grande\\_senzala.pdf](http://www.usp.br/cje/anexos/pierre/freire_gilberto_casa_grande_senzala.pdf)> Acesso em: 16 de agosto de 2015.

G1.com. **Facebook e YouTube atraem 90% das visitas a redes sociais no Brasil**. São Paulo, 15 de dezembro de 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/12/facebook-e-youtube-atraem-90-das-visitas-redes-sociais-no-brasil.html>> Acesso em: 21 de setembro de 2015.

G1.com. **YouTube supera a marca de 1 bilhão de acessos ao mês**. São Paulo, 21 de março de 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/youtube-supera-marca-de-1-bilhao-de-acessos-ao-mes.html>> Acesso em: 22 de setembro de 2015.

G1.com. **Maju se diz feliz: 'Preconceituosos ladram, mas a caravana passa'**. São Paulo, 03 de julho de 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2015/07/maju-comenta-apoio-preconceituosos-ladram-mas-caravana-passa.html>> Acesso em: 20 de setembro de 2015.

G1.com. **Atriz Taís Araújo é alvo de comentários racistas em rede social**. Rio de Janeiro, 01 de novembro de 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/11/atriz-tais-araujo-e-alvo-de-comentarios-racistas-em-rede-social.html>> Acesso em: 01 de novembro de 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GILLIAM, Angela & GILLIAM, Onik'a. **Negociando a subjetividade da mulata no Brasil**. Revista Estudos Feministas, vol.3, núm. 2, 1995, Florianópolis. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/viewFile/16471/15041>> Acesso em: 8 de novembro de 2015.

GOMES, Nilma. **Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra**. Belo Horizonte, 2002. Artigo disponível em: <<http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/wp->

content/uploads/2012/10/Corpo-e-cabelo-como-s%C3%ADmbolos-da-identidade-negra.pdf>  
Acesso em: 26 de agosto de 2015.

GRUPO MÍDIA. **MÍDIA DADOS BRASIL 2014**. São Paulo. Disponível em:  
<http://sunflower2.digitalpages.com.br/html/reader/119/38924>> Acesso em: 09 de outubro de 2015.

IBOPE INTELIGÊNCIA. Pesquisa brasileira de Mídia 2014. Disponível em:  
<<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-total-de-pesquisas/relatorio-final-pesquisa-brasileira-de-midia-2014.pdf>> Acesso em: 02 de novembro de 2015.

LADEIRA, Francisco. **O negro na mídia**. Observatório da Imprensa, 2014, ed. 825. Artigo disponível em: <[http://observatoriodaimpresa.com.br/caderno-da-cidadania/\\_ed825\\_o\\_negro\\_na\\_midia/](http://observatoriodaimpresa.com.br/caderno-da-cidadania/_ed825_o_negro_na_midia/)> Acesso em: 13 de setembro de 2015.

LEÃO, Gabriel. **Apenas um produto negro no telejornalismo**. Observatório da Imprensa, 2011, ed. 641. Artigo disponível em: <<http://observatoriodaimpresa.com.br/feitos-desfeitos/apenas-um-produto-negro-no-telejornalismo/>> Acesso em: 13 de setembro de 2015.

LEMONS, Nina. Glória Maria. Revista TPM, São Paulo. Disponível em: <<http://revistatpm.uol.com.br/revista/107/paginas-vermelhas/gloria-maria.html>> Acesso em: 20 de setembro de 2015.

LIMA, Venício. **Internet vs. Mídia tradicional: mudança sem retorno**. Carta Maior, 21 de maio de 2009. Disponível em: <<http://cartamaior.com.br/?/Coluna/Internet-vs-Midia-tradicional-mudanca-sem-retorno/22174>> Acesso em: 13 de outubro de 2015.

LODY, Raul. **Cabelos de axé: identidade e resistência**. Senac Nacional, 2004. Disponível em:<<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&id=WysAAAAAYAAJ&focus=searchwithinvolume&q=papel>> Acesso em: 16 de setembro de 2015.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000. Disponível em:<[https://books.google.com.br/books?id=z4\\_9KqAiZJwC](https://books.google.com.br/books?id=z4_9KqAiZJwC)> Acesso em: 08 de novembro de 2015.

MACHADO, Maria Helena. **Perspectiva**. **Revista de História da Biblioteca Nacional - História da Ciência**. Ed. especial nº1, p.16, outubro de 2010, São Paulo.

MACHADO, Viviane. **História do jornalismo no Brasil**. 2012. Disponível em: <<https://comunicacaopublicaufes.wordpress.com/2012/02/10/historia-do-jornalismo-no-brasil/>> Acesso em: 20 de setembro de 2012.

MIRANDA, Carlos Augusto. **Racismo anunciado: o negro e a publicidade no Brasil (1985-2005)**. São Paulo: C.A.M., 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-546X2000000200003&lng=en&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-546X2000000200003&lng=en&nrm=iso&tlng=en)> Acesso em: 21 de setembro de 2015.

MIRANDA, Juliana. Qual a primeira rede social criada na web? **Site de Curiosidades**. Disponível em: <<http://www.sitedecuriosidades.com/curiosidade/qual-a-primeira-rede-social-criada-na-web.html>> Acesso em: 21 de setembro de 2015.

MORAES, Bianca; PAULA, Sara; e MOREIRA, Benedito. **Mulher negra na publicidade: a reprodução das desigualdades**. Mato Grosso, 2015. Artigo disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2015/resumos/R46-0135-1.pdf>> Acesso em: 21 de setembro de 2015.

NARÔ, Tainá. **Gênero e relações étnico-raciais no. Mercado de trabalho: aparência da mulher negra na organização**. Brasília, 2013. Disponível em: <[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7447/1/2013\\_Tain%C3%A1Nar%C3%B4daSilvaMoura.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7447/1/2013_Tain%C3%A1Nar%C3%B4daSilvaMoura.pdf)> Acesso em: 31 de agosto de 2015.

NUNES, Rita de Cássia e OLIVEIRA, Tatalina Cristina. **A beleza negra nos meios de comunicação brasileiros: representações do corpo e construções de identidades raciais**. Disponível em: <[http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/10-Coloquio-de-Moda\\_2014/POSTER/POSTER-EIXO3-CULTURA/PO-EIXO-3-A-BELEZA-NEGRA-NOS-MEIOS-DE-COMUNICACAO-BRASILEIRO-REPRESENTACOES-DO-CORPO-E-CONSTRUCOES-DE-IDENTIDADES-ETNICO-RACIAIS.pdf](http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/10-Coloquio-de-Moda_2014/POSTER/POSTER-EIXO3-CULTURA/PO-EIXO-3-A-BELEZA-NEGRA-NOS-MEIOS-DE-COMUNICACAO-BRASILEIRO-REPRESENTACOES-DO-CORPO-E-CONSTRUCOES-DE-IDENTIDADES-ETNICO-RACIAIS.pdf)> Acesso em: 28 de junho de 2015

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **Identidade, Etnia e Estrutura Social**. São Paulo: Pioneira 1976. Disponível em: <

0CBsQ6AEwAGoVChMIyrHQhb2MyQIVQesmCh2\_ZA7r> Data de acesso: 08 de novembro de 2015.

O GLOBO.com. **Repórteres negros fazem história na TV, em várias áreas do jornalismo.** Disponível em: <<http://infograficos.oglobo.globo.com/revista-da-tv/jornalistas.html>> Data de acesso: 20.09.2015.

O FUXICO.com. **Glória Maria diz que voltaria a ter o cabelo Black Power.** 11 de julho de 2012. Disponível em: <<http://www.ofuxico.com.br/noticias-sobre-famosos/gloria-maria-diz-que-voltaria-a-ter-cabelo-black-power/2012/07/11-143342.html>> Data de acesso: 20 de setembro de 2012.

PRIMO, Alex. **Existe celebridade na blogosfera?** Líbero, São Paulo, v.12, n.24, p.107-116, dez. de 2009. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/AlexPrimo/existem-celebridades-da-e-na-blogosfera-reputao-e-renome-em-blogs>> Acesso em: 28 de junho de 2015

QUEIROZ, Jaqueline. Como surgiram os blogs? **Linhas Digitais**, Londrina, 25 de novembro de 2009. Disponível em: <<https://linhasdigitais.wordpress.com/2009/11/25/como-surgiram-os-blogs/>> Acesso em: 13 de novembro de 2015.

RAFAEL, Paulo J. **Racismo no horário nobre.** Observatório da Imprensa, 2004, ed. 269. Artigo disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/racismo-no-horario-nobre/>> Acesso em: 28 de junho de 2015

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet.** Revista Famecos, v.1, n.38, 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewArticle/5309> Acesso em: 30 de junho de 2015.

ROSO, Adriane; STREY, Marlene; GUARESCHI, Pedrinho; e BUENO, Sandra. **Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero.** Revista Psicologia & Sociedade; 14 (2): 74-94; jul./dez.2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v14n2/v14n2a05.pdf>> Acesso em: 11 de setembro de 2015.

RS WEB Marketing Digital. **História do Facebook – Mark Zuckerberg**, 25 de fevereiro de

2011. Disponível em: < Disponível em: < <http://rswebmarketingdigital.com.br/blog/historia-do-facebook-mark-zuckerberg/>> Acesso em: 21 de setembro de 2015.

SALDANHA, Felipe Meyer. Frango com batata doce: uma análise sobre a construção da identidade *fitness* no Instagram. Brasília, 2014. Disponível em: < <http://bdm.unb.br/handle/10483/9366>> Acesso em: 29 de setembro de 2015.

SANTANA, Juliana Mendes. **A representação da mulher negra na teledramaturgia brasileira: um olhar sobre a Helena negra de Manoel Carlos**. Brasília, 2010. Disponível em: < <http://monografias.brasilecola.com/arte-cultura/a-representacao-mulher-negra-na-teledramaturgia-brasileira.htm>> Acesso em: 14 de setembro de 2015.

SANTOS, Neusa. **Tornar-se negro: ou as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008

SODRÉ, M. **Claros e escuros. Identidade, povo e mídia no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1999.

SOUZA, Raquel. Minha voz, meu mundo. **Blogueiras Negras**, 16 de março de 2015. Disponível em: <<http://blogueirasnegras.org/2015/03/16/minha-voz-meu-mundo/>> Data de acesso: 10 de novembro de 2015.

SOVIK, Liv. **A branquitude e o estudo da mídia brasileira: algumas anotações a partir de Guerreiro Ramos**. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. Artigo disponível em:<[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_np13sovik.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_np13sovik.pdf)> Data de acesso: 29 de junho de 2015

TAUBATÉ, Almanaque. **Números da escravidão**. Disponível em: <<http://www.almanaqueurupes.com.br/portal/numeros-da-escravidao/>> Acesso em: 25 de outubro de 2015.

TELES, Jocélio. **O negro no espelho: imagens e discursos nos salões de beleza étnica**. São Paulo: FFLCH/USP, 1999. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-546X2000000200003&lng=en&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-546X2000000200003&lng=en&nrm=iso&tlng=en)> Acesso em: 31 de agosto de 2015.